シャトルボート運転開始

独自メカのシュワルツコフ製、奈良ドリームで

奈良ドリームランド（奈良市法蓮町、㈱奈良ドリームランド経営）では四月に西独フス社製の垂直高速回転ライド「UFO」をミゼッティ工業㈱を通じて導入したのに引続き、このほど巨大ブランコ「シャトルボート」を導入、七月十九日に完成式、二十日から営業運転を開始した。

この「シャトルボート」は西独アントン・シュワルツコフ製で、三精輸送機㈱（本社大阪、前田完二社長）を通じて導入されたもので、いわゆるパイラット型のなかでも、独自のメカニズムにより釣り下げ機構のないものとなっており関心が寄せられていたもの。

同機の特徴は横から見ると半円形になる二本のレール（全長五十㍍）の上に船が乗っており、このレール上で船が、レール上のタイヤに伝えられた力で、ブランコのように振幅運動を繰り返す点にある。従ってパイラット型の中でも、船を釣り下げておく基本支柱がないのがまったく異なる点である。

趣旨としてはコロンブスがアメリカ大陸発見の航海に出た「サンタ・マリア号」を形どった大型ボートが、このレール上で振幅運動を繰り返し、大波にもまれて船に乗った感じになるのと、また大空へ飛びたち宇宙船に乗った感じとが同時に味わえるもの。同園では船のイメージを強調するため、同園内でも水のあるところに、しかも龍宮城のある場所に設置し、操作室もコロンブス時代の灯台を擬したものにした。

レール幅一・三㍍、レール最高部の高さ十六㍍、ボート全長十六・七㍍、ボート幅二・五㍍、マストの高さ九㍍、スウィング最大角度75度。一列四人がけの十四列で一度に五十六人乗れる。利用料金四百五十円。ただし六歳以下の子どもは乗れない。安全面ではひざ押えのバーがある。

巨大ブランコのパイラット型遊園機械は今年に入って次々と導入され、三月十五日に後楽園にスイス・インタミンAG社製「バウンティ」（バイキング）、四月二十七日に豊島園と横浜ドリームランドに西独フス社製「パイラット」がそれぞれ営業運転を開始している。

従って今回の「シャトルボート」はパイラット型では関西初のものでありまたメカニズムの異なるのがポイントとなっている。

上と右下の写真は「シャトル・ボート」（7月19日の完成式後の試乗会にて）

森林計画開始

東京ディズニーランド、11月着工

㈱オリエンタルランド（本社東京、高橋政知社長）では、東京湾埋め立て地の千葉県浦安町に五十八年三月オープンの予定で「東京ディズニーランド」の建設計画を進めているが、このほど同社が基本計画をまとめたのに伴い、七月中旬に融資団が結成され、いよいよ今年十一月に着工する運びとなった。

とくに注目すべき点は、建物の建設と同時に大がかりな植栽作業に入ることだ。同社の計画によると、東京ディズニーランド内外に大小合わせて二十二万本の樹木を植える予定であり、完成すれば上野公園や代々木公園の二倍以上の樹木数を誇り東京では最大の緑地帯となる。

植栽の内訳については、防風・防塩対策として風や塩分に強いユーカリ、アカシアが計二万二千本、クロマツ、竹など二万本が防塩・防風林として内部のパーク周囲に築かれるバーム（盛り上）部に造成される。

またパーク内五十万平方㍍のうち二十七万平方㍍が植栽面積となっており、日本初導入の四つのテーマパークの区切りなどに樹木を配置する。これは高木九千本、中木十三万一千本、低木四万本となっている。この中でおもしろいのはトピアリーと呼ばれる木の彫刻で、刈り込みながらミッキーマウスなどの形に育てていくもの。

東京ディズニーランドではこのように樹木の役割は重要であるが、塩害や霜対策など緑の維持のための積極的な努力が今後望まれることになろう。

大型遊園機、中国へ

東娯、明昌がそれぞれ寄贈

「スペースカー」の竣工式にて、中央右側は岡本夫妻

〝現代化〟を進める中国へむけて日本AM業界の動きも活発化しつつあるが、東洋娯楽機㈱（本社東京、山田俊夫社長）や明昌特殊産業㈱（本社大阪、岡本昌明社長）では大型、中型の遊園機械を中国に寄贈して大いに感謝されている。

東洋娯楽機が寄贈したのは大型「ムーンロケット」七十二人乗りと定置型「ヘリコプター」「ブルドーザー」で、北京市内の中山公園へ設置。四月二十九日に同社山田副社長らが招かれての贈呈式が開かれた。

明昌特殊産業が寄贈したのは中型「スペースカー」二十四人乗りで、北京市内の天壇公園へ設置したもの。五月二十四日竣工式が開かれ、岡本社長夫妻が出席した。また、その後、旅大市へは汽車などを（北九州市が寄贈するという形で）同社は設置している。

中国ではこのような遊園機械はほとんど設置されておらず、それだけに休日ともなれば、熱狂的な利用のされかたをしているとのことだ。（写真は明昌特殊産業提供）

業者関係者、事態を憂慮

いぜん増えるギャンブル機犯罪

今年に入ってギャンブル機（とくにテーブル型）の動きが活発化してきているが、それに伴ないギャンブルとしての摘発も増加している。これはインベーダーブーム下落で従来のTVゲーム機を扱っていた者までが違法な営業に走ったためと見られているが、目に余る違法状態に業界関係者は苦慮している。

その実例は次のとおりだが、とりあえず四月以降のみをとりあげることにする。

四月二日＝大阪府警此花署は「エポック商会」（大鳥鉄夫社長）ならびに喫茶店経営者など七人を常習とばくの疑いで大阪地検に送った。使用された機械は「ロータリーテーブル・ボーナス」で百円玉を直接投入できるようにしたもの。

四月四日＝大阪府警布施署は喫茶店「シスター」経営者鶴丸憲二ら十人をとばく容疑で送検した。百円玉を使用できるギャンブル機を八店に十四台設置していたもの。

四月二十一日＝福岡県警防犯課は喫茶店「ミッキーマウス」などの経営者上尾千鶴ら三人を常習とばく容疑で逮捕、リース業者、客ら五人を任意取調べをした。使用された機械は「チャレンジ」などで百円玉投入、百円玉払い出しのギャンブル機だった。

四月二十三日＝静岡県警菊川署は織布工場内でルーレットとばくをしていた高松邦彦ら四人を常習とばくで送検した。

四月三十日＝岡山県警防犯少年課は喫茶「チャンピオン」経営者松本こと孫月秀、リース業者林鐘徳ら四人を常習とばくの疑いで逮捕、張り客ら二十三人を単純とばくの疑いで検挙するとともに使用していたギャンブル機二十三台ほかを押収した。機種は「ウォールストリート」などのビンゴ、スロットマシン。いずれも百円硬貨の投入、払い出しとなっていた。

五月八日＝大阪府警生野署は喫茶店「ニューロンドン」経営者原田清美ら二人をとばく容疑で送検した。メダルを使用した実例で「ワンダーボーイ」で勝負し、メダルを換金していたもの。

五月八日＝福島県白河署は、ドライブイン「ミスター・ハーレー」経営者川名正治ら二名を逮捕、送検するとともに二十数名を検挙した。容疑はとばくで、電光点滅型やスロットマシンを設置し、百円玉投入、払い出しをさせていたもの。

五月十九日＝大阪府警西署は喫茶店「エポック」経営者吉田敏夫ら三人を常習とばくの疑いで逮捕するとともに機械三台を押収した。いずれも百円硬貨投入式のギャンブル機械であった。

六月九日＝熊本県警八代署は喫茶店経営者（26）ら三人を常習とばく容疑で逮捕した。同喫茶店では「ジョッキークラブ」と呼ばれる機械で百円玉を払い出していた。

六月十二日＝大分県臼杵署は喫茶店経営者後藤佳史ら五人をとばく現行犯で逮捕した。百円玉払い出しの「ズームエイト」を使用していたもの。

パチンコの景品単価

2,500円まで

今年5月に改定

パチンコは風俗営業遊技業の王様であるが、さる五月に景品単価が最高二千五百円にアップした。これは風俗営業等取締法に基づき警察庁が上限を全国一律に定めているもので、このほか玉一個の単価や景品の種類など風営遊技には細かい条件が付されている。

ちなみに玉一個の貸出し料は戦後長い間二円だったが、四十七年に三円、五十三年三月に現在の四円に上がった。景品単価の最高額が上がったのは三年四ヵ月ぶりで、上げ幅も千円と思いきったものになった。

本社ビル完成

オリエンタル興業、7月1日移転

オリエンタル興業㈱（本社富山県高岡市、上野元大社長）では、かねてより建設中であった同社新ビルが完成し、七月一日より本社を移転した。

新ビルは同社だけでなく、貸事務所も兼ねた二階建てのビルで、所在地等は次のとおり。

オリエンタル興業㈱＝富山県高岡市東中川町・の三十四、☎（〇七六六）二二—八四〇〇、上野元大社長。

成田工場を竣工披露

明昌特殊産業、関東以北地区に偉力発揮

明昌特殊産業㈱（本社＝大阪市福島区海老江七の十九の九、☎四五八―三五五七、岡本昌明社長）ではかねてより建設を進めていた成田工場が完成し、七月七日に関係者を招いて落成披露会を催した。

これは同社東京支店成田工場の新築披露と、関連会社㈱岡本製作所（本社大阪、岡本明三郎社長）の成田工場起工式を兼ねたもの。千葉県成田市南羽鳥字松ケ下の豊住工業団地内にあり、両社の工場敷地も隣接している。

披露パーティーは午後成田ビューホテルで開かれ、岡本昌明社長のあいさつ、渡辺勝利東京支店長による説明のあと、全日本遊園協会・山田俊夫会長による祝辞などが続き、末佐喜一副会長の乾杯音頭でなごやかに進んだが参加者は約三百名という大パーティーとなり、まさに日本のトップ級大型遊園機械メーカーの工場披露となった。

なお新しく竣工した成田工場の所在地などは次のとおりで、関東以北（50Hz地区全域）をサービスエリアとしており、これで同社の営業技術サービス網は全国ネットとなった。

明昌特殊産業㈱成田工場＝千葉県成田市南羽鳥字松ケ下五七〇の八、（豊住工業団地）☎（〇四七六）三七―一五〇八。

写真は明昌・成田工場(上)と同披露会のようす

大型機続々

夏休み目前に

池田製作所もコースターメーカーに

夏休みシーズンに入るに従がい各地の大型遊園機械の建設は活発化しているが、宙返りコースターの建設については次のとおりで、今回から㈱池田製作所（本社＝尼崎市潮江字明治二の一、☎四二六―〇四〇八、池田幸信社長）がメーカーとしての初名乗りをしたことになる。

明昌特殊産業㈱では七月一日、那須ハイランドでの「ザ・ループ」のあと、二十三日オープンのきびの郷ワンダーランドでの「スパイラル」、八月一日竣工式の広島ナタリーでの宙返り「ザ・ループ」と続いている。

泉陽興業㈱では六月二十八日、生駒山上遊園地での「アトミックコースター」に続き、向ケ丘遊園地で七月三十一日竣工式の同機種と続いている。

㈱池田製作所では七月二十日、同社独自の二回宙返りコースターを姫路市手柄山にて運転開始する。

順位	曲名	レーベル	演奏者
1	ダンシング・オールナイト	フィリップス	もんた&ブラザーズ
2	ランナウェイ	エピック	シャネルズ
3	ロックンロールウィドゥ	CBSソニー	山口百恵
4	すばる	ポリスター	谷村新司
5	蜃気楼	アードバーク	クリスタルキング
6	雨の慕情	テイチク	八代亜紀
7	南回帰線	ポリスター	堀内孝雄
8	RIDE ON TIME	RCA	山下達郎
9	ユー・メイ・ドリーム	アルファ	シーナ&ロケット
10	倖せさがして	ミノルフォン	五木ひろし

ジュークボックスによるベストヒット10（セガ社提供）

全日本地区：6月22日～7月5日の2週間

パリの大道芸

エキスポランド「夏まつり」で

エキスポランドでは日本万国博十周年記念事業の一環として〃夏まつり〃を同園内で実施中である。これは同園と読売新聞大阪本社などの共催によるもので、七月二十日から八月三十一日まで実施される。

主な内容は①パリのポンピドー広場で有名な大道芸（足ながピエロ、手回しオルガン弾き、火吹き男、ジャグラーなど）の公演、②日本の大衆芸能としてわんわんサーカス、無声映画、人形浄瑠璃、阿波おどり、水芸などを公演するほか、③例年開かれている同園名物の「らくらく市」。同園の夏まつりはこれですっかり定着したようである。

サン電子 タイトーに全面委託

「スピーク&レスキュー」の海外での展開

サン電子㈱（本社＝愛知県江南市古知野瑞穂三十八、☎〇五八七五―五―二二〇一、前田昌美社長）ではこのほど、同社TVゲーム機「スピーク&レスキュー」の海外向け販売などについて、㈱タイトーにライセンスを与えたことを明らかにした。

同機は〃しゃべるTVゲーム機〃として知られており、海外では「ストラトボックス」として注目され発売が待たれていたが、世界中に販売網をもつタイトーがサン電子からライセンスを得て、海外すべてにわたる同機の販売などを行なうことになったもの。

JAA「委員会設置規則」による

四委員会が確定

全日本遊園協会（JAA）では、さきほど決まった「委員会設置規則」にもとづき、各委員会メンバーの整備を進めてきたが、このほど新メンバーが次のとおり決まったことが判明した。

同規則の定める四委員会のうち「組織委員会」については従来どおり、また「予算委員会」については従来ルールによって決められている。

編集委員会……委員長＝㈱タイトー、委員＝㈱セガ・エンタープライゼス、㈱ナムコ、㈱シグマ、日本娯楽機械オペレーター(協)、㈱ビーエム・コーポレーション、泉陽興業㈱、東洋娯楽機㈱、JAA事務局、㈱全日本遊園協会出版局。

ショー委員会……委員長＝山田会長、副委員長＝山本専務、委員＝加藤鈑金工業、㈱セガ・エンタープライゼス、任天堂レジャーシステム㈱、㈱シグマ、アイレム㈱、㈱友栄、㈱ジェイアールイー、三精輸送機㈱、大倉産業㈱。

ショー実行委員会……委員長＝山本専務、委員＝㈱ナムコ、加藤鈑金工業、㈱セガ・エンタープライゼス、㈱タイトー、田中電設㈱、㈱フジヤ、㈱シグマ、アイレム㈱、アミューズメント通信社、㈱ジェイアールイー、東洋娯楽機㈱。

予算委員会……委員＝㈱エスコ貿易、㈱友栄、㈱ジェイアールイー、山本専務。

組合員23社に

大阪レジャー機器(協)七月例会開く

大阪レジャー機器(協)（事務局＝大阪市浪速区東神田町八五五、☎六四七一―四七三四、峯久理事長、組合員数二十三社）は七月十八日、大阪・森の宮青少年会館にて七月例会を開いた。

同月例会では組合事務所の設置の件、資金導入計画などが討議されたほか、組合への新規加入について紹介があった。組合員については次のとおり。

峯興業(有)、㈱マルキ、東宝商事㈱、(資)北京、プリンスゲームコーナー、㈱ベンドジャパン、中島遊機㈱、日本アミューズ、(有)マツナガ、天満オリンピア、ピラミッド興業㈱、ゲーム喫茶富士、太栄商事㈱、ナンバオリンピア、駅前ゲームセンター、銀座商会、駒川ゲームセンター、ゲームセンターシカゴ、海崎リース、ゲームコーナースリーナイン（以上は創立以来加入）。スペースUFO、三和レジャー㈱（以上は五月例会で承認）。(有)東芸社（七月例会で承認）。

なお同組合では例会を二ヵ月おきに開く予定で次回は九月。

上の写真は大レ協の7月例会にて、立って説明するのは峯理事長

新本社へ統合

データイーストが池袋へ移転

データイースト㈱（本社東京、福田哲夫社長）ではこのほど本社を池袋に移転統合し、八月十一日から新本社での業務を開始することになった。

これは同社の業務を集中させるもので、従来の「分室」も統合される。新本社は一階ワンフロアで約千二百平方㍍。所在地などは次のとおり。

データイースト㈱＝東京都豊島区南池袋三の九の五、☎九八八―二五七一。

なお同社ではTVゲーム機「マッドライダー」について、海外むけには「マッド・エイリアン」としていたが、このほど国内でも「エイリアン」に名称変更し、統一した。

論潮　国際的AM市場

AMビジネスは実際国際的になった。今や外国から大勢来日して買いつけやら業務提携とりきめなどを精力的に進めているほどだし、本紙の海外購読者も毎月のように増えてきている。

この現象は、日本のAMショー（外国からはJAAショーと呼ばれている）が米国AMOA、英国ATEと並ぶ世界三大ショーだと喜こんでいた数年前とは、まったく様子の異なる現象と言えよう。数年前まで日本のAMビジネスは欧米（とくにアメリカ）依存の比重が高く、その時点で〃三大ショー〃を語っていたのは、今から見るといささか牧歌的ですらある。

しかし今ではAMショーはひとつの取引き場所であるにはちがいないが、むしろその年の日本のAMビジネスの水準を示すことに大きな意義が見出せると言える。国際的な観点から見ても、今やAMショーとは関係なしにひっきりなしに交流は進み、交渉が続けられているのが現実だからである。

この現象はTVゲーム機を中心とした日本のAMビジネスがこの数年間のあいだに飛躍的な発展を遂げたためであり、とくに世界的に見て〃健全でよく稼ぐ機械〃が「スペース・インベーダー」を筆頭に数多く日本から生み出されたためである。今年アメリカの業界人たちは「日本に見習え、日本から学べ」を合言葉にしているとのことだが、まさにこの合言葉は日本のAMビジネスをとりかこむ環境をはっきり示していると言えよう。

フリッパーや一部の大型遊園機械を除いて今や日本のAMビジネスは世界のトップリーダー格にのし上ったと言っても決しておかしくないのである。そしてマーケットはすでに国際的であり、製品の企画、製造段階からこのことを念頭に入れなくてはならないほどである。こうなると英語などの語学力がいよいよ必要になる。そのことは今や現実問題となってきた。日本語を業界公用語にするほど世界の情勢は甘くないわけだし、新たな課題が生まれたわけだ。

事務所移転

㈱タートリアン＝青森市大字新町野字岡部三十七の二十四、☎（〇一七七）三八―八一七三、南喜多子社長。

新会社設立

関企レジャーサービス＝豊中市名神口一の一の一、☎（〇六）八六四―四〇五五、松元哲士社長。

地番表示変更

(有)石原製作所＝東京都足立区千住五の十五の十一、☎八八二―二四六六、石原録郎社長。

コザ電気商会＝沖縄市室川二の二十七の二十二、☎（〇九八九三）八―三〇六二、古謝有繁社長。

新 全国ゲーム場ガイド

第10回 東京・浅草の巻

写真上下とも「ゲームスポット・ラクベガス」

浅草は現在、東京の中の"島"と言われるようにさびれる一方のようだ。それだけに昔ながらの下町らしさが残っているとも言える。ただ有名な浅草寺と仲見世は、外人や観光客で賑わっている。しかし大衆演芸の発祥地である旧六区映画街は、場外馬券売場があるため土曜と日曜に限り馬券を買う人で混雑するが、それ以外の日は人通りもまばらになる。またよその土地からこの界隈へわざわざ歓楽を求めて来る人もほとんどない。

そのようなことからこの界隈の各ゲーム場は当然、地元の常連客を対象として運営しているようだ。またインベーダーブームの時にはブーム便乗型ゲーム場が七、八軒出現したが、ブーム下火とともにそのほとんどが常連客をつかめないこともあって閉店していったという。

「ゲームスポット・ラクベガス」は、この界隈ではとくに明るい雰囲気のゲーム場だ。経営に当たる㈱ティ・エム・プランニングの後藤営業部長は「暗いイメージのゲーム場はもはや時代おくれであり、明るく健康的なゲーム場が時代の流れになってきている」と言う。また同社の斉藤営業主任は「これからは家族そろって楽しめるゲーム場にしていくべきだ。そのため機械の整備にはとくに配慮している」と、あくまでファミリーを対象とした運営を強調している。

同店は約百五坪のフロアに約百十台の機械を設置。メダルゲーム約四十台、ガンゲームやフリッパーなど約四十台、テーブルコーナーとしてTVゲーム約三十台をゆったりとしたレイアウトで設置。

次ページへ続く

データ（順不同）

ゲームセンター・カジノ 台東区浅草2-25-5、☎841-7651、本社=㈱岡本商事(☎875-7651)
インベーダーハウス・アポロ 浅草2-17-5、☎842-7314、直営=金城昌孝。
タイエー・ミモランド浅草店 浅草2-9-12、☎843-5097、本社=㈱タイトー(☎264-8611)
ゲームスポット・ラクベガス 浅草2-6-7、楽天地浅草ボウル内、☎844-9830、本社=㈱ティ・エム・プランニング(☎365-3125)
浅草ベガス 浅草2-10-1、中央ボウル内、☎844-9746、本社=㈱セガ・エンタープライゼス(☎742-3171)
インベーダーハウス・モナコ 浅草1-43-10、☎841-9897、本社=㈱キーブ(☎445-8280)

㈱ティ・エム・プランニングの斉藤営業主任

新全国ゲーム場ガイド⑩ TOKYO 浅草の巻

地元常連客を対象

場外馬券発売日には競馬ファンがつめかけゲームで競馬をというわけで、「EVRレース」（二十六人用）が大もてとなるそうだ。それ以外の日は小中学生の客が多い。「ピッチイン」や「EVRベースボール」（十八人用）なお同店では、土・日曜に人気が集まるという。の売上げが平日の十倍にもなるという。他の店でも同様であろうが、場外馬券売場の存在はこの界隈に大きな影響を与えている。

この真向いには「浅草ベガス」があり、一階と地下それぞれ約八十坪での運営。一階はアップライト型TVおよびガンゲームが中心で、SKBの大型ガンゲーム「レイシューティング」（三人用）などを設置。地下はテーブルTVとメダルゲームコーナーがあり、セガ社ガンゲーム「アマゾニアン」二台も設置。同店でも土・日曜の客が多い。近藤支配人は「平日は機械の整備に専念できるし、また人気のない機械は電源を切って節約できる」と語っている。それほど土・日曜と平日との差が極端である。

そこから同じ通りを百㍍ほど北へ行くと「タイエー・ミモランド浅草店」がある。約四十坪のフロアにテーブル型TVゲーム約二十台、アップライト型TVやガンゲームなど約十台、フリッパー三台を設置。子どもも客が多く、「ルパン三世」や「スピーク&レスキュー」に人気があるという。

さらに北へ行くとひさご通りに入り、この商店街の中に「ゲームセンター・カジノ」がある。TVゲーム中心で約四十五台の機械を設置。奥にはテーブルを使用したポーカーなどの対人ゲームが置いてあり、近くの商店の店主とか勤め帰りのサラリーマンが常連客となっている。昼間は小学生が多く、TVドライブゲームに人気が集まるそうだ。しかしこの商店街では夜八時頃まで営業であるため、それ以降になると一見の客はほとんど来ないという。

さて、ひさご通りから少し西に入ったところに「インベーダーハウス・アポロ」があり、近所の小中学生たちを対象としている。テーブルTVゲーム約二十台とフリッパー一台を設置した小さな店だが、堅実な運営を続けてきているようだ。店長の金城氏は「ゲーム場の好不調は機械次第という面があるが、人気の機種だからといってほとんどをその機種に入れ替えてしまうのはかえってよくない。インベーダーブームがそのいい例で、もっと長期的な視野に立った運営が必要」と語る。また同氏は子どものけんかの仲裁をしたり、「プレイ方法を教える時にはゲームの面白さ、楽しさに力点を置いている」と言うぐらい子どもの側に立った姿勢で、子どもたちのよきお兄さんという感じだ。夏休みともなれば少し早く朝九時から営業を始めるが、開店時間から超満員になるという。同店の人気機種は「カーニバル」と「ムーンクレスタ」とのこと。

もう一軒、「インベーダーハウス・モナコ」は昨年六月にオープン。TVゲームを中心に約八十台の機械を設置しているが、店内照度がかなり低いことが気になるところだ。

この界隈でも新機種のTVゲームを積極的に導入しているようだが、例えば「ムーンクレスタ」と「スピーク&レスキュー」を同時に設置しているゲーム場はない。両機種とも人気はあっても、宇宙テーマというレベルでは同じと見られるところから併設しても売上げは二倍にはならず、どちらか一機種にしぼったほうが経済的だし効果もあがるということらしい。

ともあれ現在、宇宙戦争をテーマにしたゲームに人気が集中し、そのテーマの新機種への期待が高まっていると言えよう。

「インベーダーハウス・アポロ」

「タイエー・ミモランド浅草店」

「ゲームセンター・カジノ」

写真上は「浅草ベガス」1階、写真下は同店地下

「インベーダーハウス・モナコ」

3社3様　SCロケで共存

神戸市は須磨区に将来人口十五万人が予定されている須磨ニュータウンの開発を進めているが、この核となる機能を備えた中央センターSC「須磨パティオ」（開発は㈱神戸ニュータウン開発センター）が去る三月十五日にオープンし、それとともに同SC内にゲームコーナーが三ヵ所同時にオープンし、全国でも珍しいケースとして話題となっている。

「須磨パティオ」は神戸では初めての本格的郊外型SCであり、「スペインの明るい光」をテーマに建物を白壁とスペイン瓦という南欧風に統一。大丸、ダイエー、それと百二十の専門店が入った三つの専門店ビルの計五棟が買物広場を中心に配され、各棟は回遊デッキ（渡り廊下）で結ばれ、さらに市営地下鉄・名谷駅にも通じている。ゲーム場は専門店一番館屋上、ダイエー三階屋内、大丸屋上の三ヵ所にあり、同SCの現在の平均的客層であるニューファミリーで賑わっている。

パティオ・ランド
明昌特殊産業㈱

まず専門店一番館の屋上だが、これは「パティオ・ランド」と名づけられ、明昌特殊産業㈱（本社大阪・岡本昌明社長）が運営にあたっている。この専門店一番館中央のセンターコートという吹き抜け部分の屋根がアーチ形となって屋上に出ているため、同ゲーム場はそのアーチ形の屋根を囲む形で面積約二千平方㍍であり、屋外部分と「カーニバルプラザ」と名づけられたテント下の部分とに分けられている。

屋外部分には、レール走行型の「弁慶号」や「メロディーバス」など四機種を中心に「タイガータンク」など小型の定置型乗物機や回転式大型乗物機「ジャンピングカー」、それにバッテリーカーなどを含め約四十台設置。なかでも空気でふくらませたゾウの体内に入り飛びはねて遊ぶ「サーカスダンボ」に人気があり、子どもが来れば一回は遊んでいくという。「カーニバルプラザ」は約百平方㍍の面積があり、アップライト型TVゲーム機を中心にその他アーケードゲーム機、小型回転式乗物機など約二十台の機械を設置し、親子ともに楽しめるコーナーとしている。

同社営業部の坂田氏は「ニュータウンであるため今は客層などの様子をみているところだが、子どもはもちろん老人の憩いの場ともなるようなものにしていきたい」とすべての世代を対象とする考えを語っており、屋上でも正々堂々と意欲的な運営を続けている。

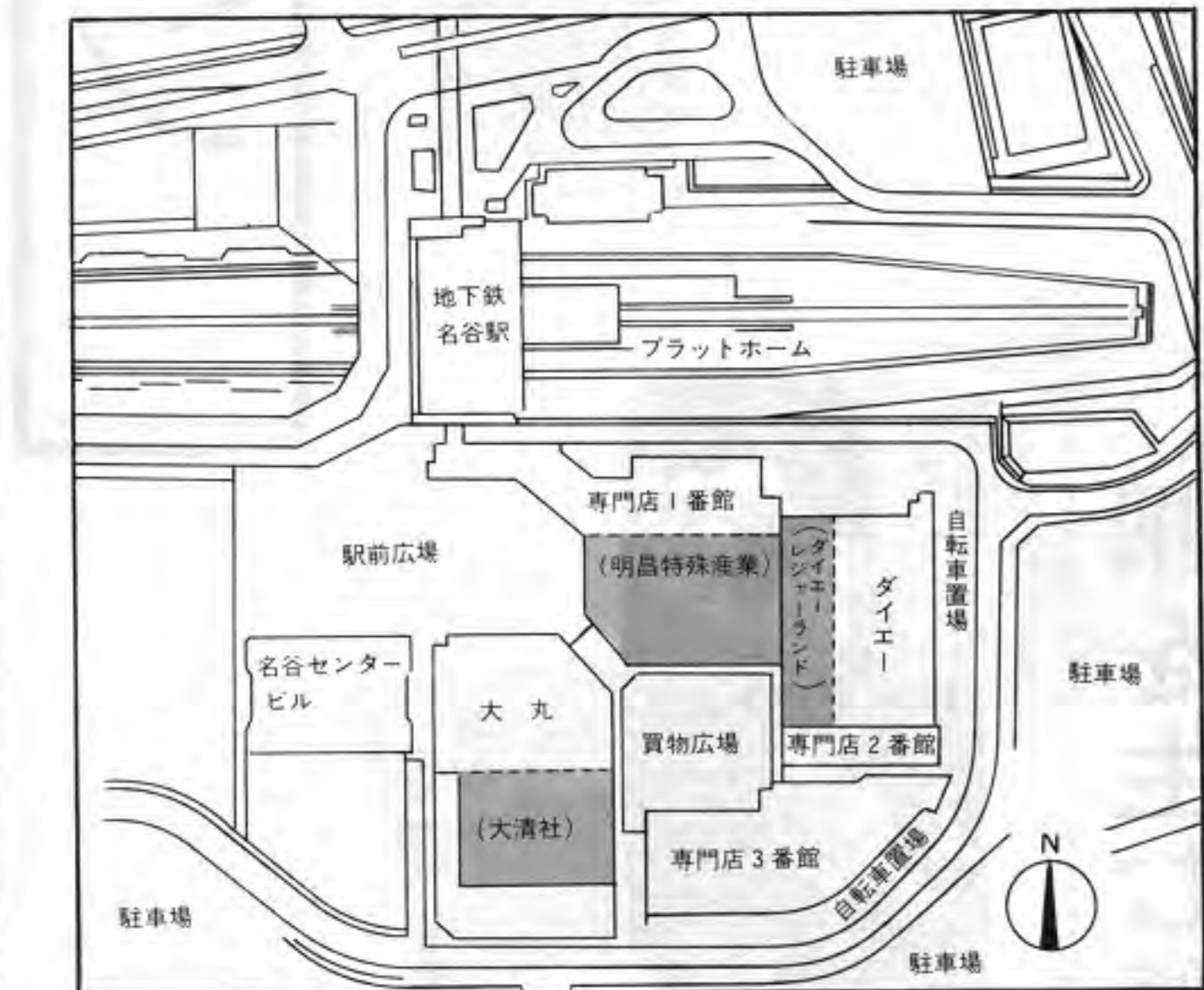
ファミリープラザ
㈱ダイエーレジャーランド

ダイエー三階屋内の「ファミリープラザ」は㈱ダイエーレジャーランド（本社大阪、代表者＝新実嘉平専務）の運営で、約六百五十平方㍍のフロアに約八十台の機械を設置。ゲーム機では、壁際にアップライト型TVゲーム、フリッパーを並べ、プライズマシンなどその他アーケードゲーム機も数台設置。乗物機ではレール走行式「義経号」、レール式バッテリーカー「チビッコ観光」、バッテリーカー「コンボイ」、その他定置型乗物機などを設置している。

同ゲーム場は屋内のため雨天には超満員となる。同社アミューズメント事業部の糸マネージャーは「"安く明るく"をテーマとして、とくに乗物機については事故を起こさぬよう万全の注意を払っている」と語る。

大丸屋上遊園地
㈱大清社

大丸の屋上は特にゲーム場としての名称はつけられていないが、運営には㈱大清社（本社神戸、牛村憲由社長）があたっている。同社の本来の業務はビル清掃管理だが、昭和三十四年から大丸系百貨店屋上遊園地の運営を始め、一時は五ヵ所にもなったこともある。現在は高知大丸屋上との二ヵ所を運営している。

同ゲーム場は約千平方㍍の面積で、屋外部分とテントの部分とに分かれている。屋外部分は約八百平方㍍で、そのうち約五百平方㍍を「バッテリーカーロード」として八台のバッテリーカー、それとレール式バッテリーカー「チビッコ観光」、回転式の「スペースジャンボ」を設置。テント下の部分には、定置型の小型乗物機八台、フリッパー、アップライト型TVゲーム、ガンゲームなど約二十台を設置。なかでも「カッパKO」は高校生と大学生に人気があるそうだ。全体的に簡素なレイアウトだが、同社の鈴木専務は「ゆくゆくはバラエティーに富んだ屋上遊園地らしいものにしていきたい。また郊外であるため客が限定されるので、目先の変わった機械を導入していかないとあきられる。といっても安全度の高い機械に限られる」との構想を語っている。

須磨ニュータウンは郊外型でもあり、今後人口がどんどん増えていき客層も変わっていくことを考えると、各ゲーム場運営は柔軟な対応をしていかねばならないだろう。ともかく現在は若い夫婦の共稼ぎ世帯が多いため、日曜祝日ともなればそれらの家族連れで須磨パティオは大変な賑わいをみせている。

カーニバルプラザ

パティオ・ランド

大丸屋上遊園地

ファミリープラザ

駐車場
地下鉄
名谷駅
プラットホーム
専門店1番館
駅前広場
（明昌特殊産業）
（ダイエーレジャーランド）
ダイエー
自転車置場
名谷センタービル
大丸
買物広場
専門店2番館
（大清社）
専門店3番館
自転車置場
駐車場
駐車場
駐車場
N

話題のマシン

指令UFOを護衛するUFO群
アンドロメダ
アイレム

アイレム㈱（本社＝大阪市東区安土町二の三十、大阪国際ビル20F、☎二六四－一三九一、辻本憲三社長）からテーブルTVゲーム機「アンドロメダSS」がこのほど新発売となった。

これは星をちりばめた宇宙をバックに、四色に変化するUFO群が登場し、プレイヤー側の宇宙船に攻撃してくるもの。UFO群は、中心に指令UFOがひとつあり、その周りを護衛UFOが絶えず取り囲んでいる。

宇宙船の操作はコントロールレバーと発射ボタン。護衛UFOは、指令UFOが撃破されない限り次々と補充されるが、指令UFOがやられると総攻撃をかけてくる。

護衛UFOは待期中十点、攻撃中四十点で指令UFOは五百から九百点のミステリー。画面下に示されるボーナス得点は護衛UFOを撃つごとに九十九からひとつずつ減り、残った数に十点をかけたものが一パターン終了時に加算される。

上位八十五位までの表示可能。定価五十八万円。

アンドロメダ SS

激烈なミサイル戦
セガ社からテーブル型「ミサイル・コマンド」

㈱セガ・エンタープライゼス（本社＝東京都大田区羽田一の二の十二、☎七四二－三一七一、ローゼン社長）からいよいよテーブルTVゲーム機「ミサイル・コマンド」が発売される。

これは米国アタリ社製「ミサイル・コマンド」（TM）のセガ社に対する製造許諾品で、斬新なカラー配色と激烈なミサイル戦というゲーム内容が話題になっているもの。画面下は地形断面となっており、左右の端と中央に地上軍のミサイル基地があり、それらの間に都市（六ヵ所）がある。

ゲームスタートとともに上空から次々と軌跡を残しながらミサイルが降り注ぎ、都市や基地へ向ってくる。これをボールスイッチで照準を決め、三つ（左、中央、右）の迎撃ミサイル発射ボタンで迎え撃つわけだ。迎撃ミサイルが爆発したときの雲状に攻撃ミサイルがかかっていれば爆破状態になる。

ミサイル・コマンド

敵ミサイルは四種類。枝分かれする線状のアタックミサイル（二十五点）左右から登場しアタックミサイルを落とすボンバー（百点）、キラー・サテライト（百点）、五パターン以後登場するスマートミサイル（百二十五点）。迎撃ミサイルの数は限られていて、しかも爆破されると使用できないが、ひととおりの攻撃が終った段階で都市が残っておれば第二パターンへと進むことになり、その際ボーナス得点として残った都市ひとつにつき百点、残った迎撃ミサイルひとつにつき五点。三パターン以後二百点、十点と二パターンごとに増えていく。

パターンが変わるたびに配色が変わり、次第に攻撃も激しさを増してくる。定価七十二万円。なお同社ではアップライト型、コックピット型も予定している。

TV競馬ゲーム
コロナ商事「ウィナーズ・サークル」

㈱コロナ商事（大阪府吹田市垂水町三の十七の十、☎三三八－〇〇五一、佐々木茂人社長）からTVメダルゲーム機「ウィナーズ・サークル」がこのほど発売となった。

これはカラーモニター使用の競馬ゲームで、一度に四人がプレイできるもの。画面中央はオッズ（配当表）がむかいあって二組あり、ボタン操作でその組合わせを選ぶとともに賭け枚数も設定できる。賭けるのは一度に最高五十枚まで、また払い出しは最高三十倍までとなっている。

ゲームはBET（賭け）ボタン使用中ではスタートしない。さて競馬のゲートが完了し、六頭の馬（それぞれ色区分されている）が走り出す。画面外側を走りきりゴールに到着した一位と二位の馬番号の連勝複式で勝負はきまる。

テーブル型は20インチモニター、メーターのみでその組合わせ…のホッパーなし。定価八十七万円。ボックス型は26インチモニター使用・ホッパー四個使用で物品税支払済、定価百八十五万円となっている。

ウィナーズ・サークル

話題のマシン

ドットを消すほか、モンスターに逆襲する
パックマン
ナムコから新TVゲーム機

㈱ナムコ（本社＝東京都大田区多摩川二の八の五、☎七五九－二三一一、中村雅哉社長）からテーブル型の新TVゲーム機「パックマン」が発売される。

これは四方向レバー操作で、"パックマン"を移動させていき、コース上のドットを消していくものだが、画面中央からモンスターが次々と登場してパックマンを襲うので、その襲撃をかわさねばならないもの。

ドットは各十点。画面に四ヵ所、点滅している大きなドット（五十点）があり、これを消した瞬間から少しの間は、逆にモンスターにかみつくことができる。このときモンスターは青色をしており、連続してかみつくと一番目が二百点、二番目以下四百点、八百点、千六百点の得点。こうしてドットを全部消してしまうと次のパターンへ進むことになり、次第に難しくなる。

また画面中央下に、チェリー、いちごなどのフルーツがときどき出現しこれを消すと、ボーナス得点として百点から順に二千点まで。

画面中段の左右端は一種のトンネルで、左端へ出ていくと右端から入ってくることになり、危機脱出に用いる。

パックマン三つ（切替可）でゲーム終了だが、一万点（切替可）でパックマンひとつ追加。ゲーム開始時にメロディ音。

定価五十八万円。八月上旬発売。

パックマン

カエルの口へ
こまや製作所「ケロケロパックン」

㈲こまや製作所（本社＝神戸市東灘区魚崎西町四の二の三十五、☎〇七八－八一一－三六六一、田中弘社長）からアーケードゲーム機「ケロケロパックン」が七月新発売となった。

これは硬貨投入後、ハンドルでボールを弾いてちょうど口を開けたときのカエルの口にボールを入れていく、というゲーム機。カエルの口はゆっくり開閉を繰りかえしているが、ボールが入るたびに開け幅が次第に狭くなる。

ボールのコースは、いわば宙返りコースターのようで、クルクル回りながらカエルの口へと進んでいく。一ゲーム六ボールで、五個カエルの口に入ると景品が出てくる。

ゲーム開始時、ボールの回転進行中、カエルの口に入ったときなどに効果音が出てくる。

定価三十八万円。

ケロケロパックン

引分けもある
池本車体製「アーム・レスリング」

中央産業㈱（本社＝名古屋市瑞穂区村上町四の五、☎〇五二－八五一－九二九一、位田宗一社長）から池本車体工業㈱製の「アーム・レスリング」がいよいよ発売される。

これは一種の腕だめし機で、一ゲーム三回（切替可）挑戦できるもの。挑戦するランキングはフライ級からヘビー級までの六段階で、ゴングが鳴ったら力を入れてスタートとなる。勝ったらチャンピオン、負けたらトライアゲインのランプだが十二秒たっても勝負のつかないときはドロー（引きわけ）になる。

機械内部で四段階の調節ができる。

定価七十六万円。

アーム・レスリング

楽しい自販機 卵を生む鶏
ボナンザから「ラッキーエッグ」発売

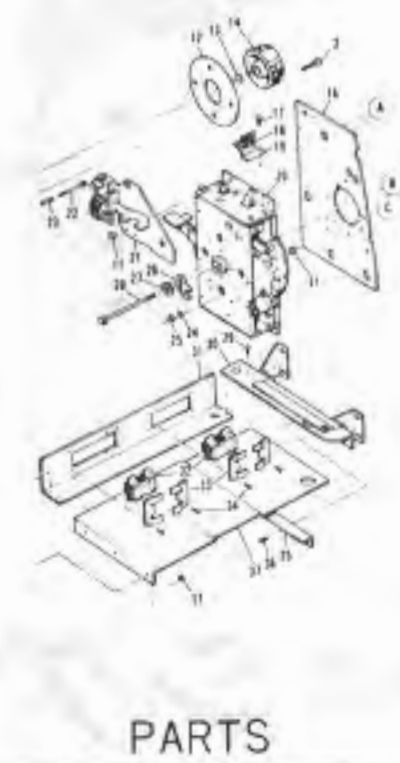
㈲ボナンザ・エンタープライゼス（本社＝横浜市中区新山下町三の七の十八、☎〇四五－六二三－五七一一、千葉和海社長）から楽しい自動販売機「ラッキー・エッグ」が発売になった。

これは英国ゲイトンゲームス社との技術提携によるもので、ヨーロッパではずいぶん長い間ヒットを続けているもの。子どもが硬貨を入れると、卵の形をしたカプセル入りのオモチャが出てくるわけだが、次の特徴があって"演出"している。

パネル中央にメンドリがいて、お金を入れないときでも時々「コ・コ・コ……」と鳴き声を出す。硬貨を投入するとコ・コ・コ……と鳴いて卵が出てくる。卵は一度に千五百個収納できるし、オモチャの種類は三百以上用意されている。

本体は強化プラスチック製全天候型で、屋外でも使用できる。

定価二十七万円。

ラッキー・エッグ

第5回

米国AMOA視察旅行募集

――人気の中心リノと米国TVゲーム工場見学――

◎9日間　◎費用￥446,000－

日程およびコース

	月日	訪問地発着	摘要
1	10月30日(木)	東京発 シカゴ着	ノースウェスト機の直行便を利用（シカゴ）
2	31日(金)	（シカゴ）	終日：AMOA EXPO視察（〃）
3	11月1日(土)	（〃）	午前：AMOA EXPO視察 午後：シカゴ市内視察（〃）
4	2日(日)	シカゴ発 リノ着	着後バスでカジノ等視察 夜：MGMグランドホテルでディナーショー見学（リノ）
5	3日(月)	リノ発 レイクタホ着	リノからレイクタホへバスにて各地視察（レイクタホ）
6	4日(火)	レイクタホ リノ発 サンフランシスコ着	着後市内視察（サンフランシスコ）
7	5日(水)	（サンフランシスコ）	バスにてアタリ社など工場見学 夜：フィシャーマンズウォーフでサヨナラパーティー（〃）
8	6日(木)	サンフランシスコ発	ノースウェスト機 ――日付変更線通過――
9	7日(金)	東京着	帰国手続後解散

安心、確実、便利な本紙主催米国ツアー

お待たせしました。定評ある本紙米国ツアーの計画が決まりましたので、ここにその概略を発表させていただきます。

すでにこれで第五回米国AMOAツアーとなりますが、今回のツアーの内容は①展示会視察をAMOAのみに絞ったこと、②カジノ視察を従来のラスベガスから今最も注目されているリノ／レークタホに切替えたこと、③アタリ社、エキシディ社の二大TVメーカー工場見学（予定）を入れたことをそれぞれ基軸にしております。世界的なTVゲームブームが進行しているなか、AMOAショーは日本のAMショーにつぐ内容を示すことは今年も当然予測されることであります。また世界的なTVゲーム工場の見学は、今後の業界発展を見据えるための価値ある経験となるでしょう（なお両社とも今まで工場見学を制限していましたが、今回のツアーでは可能の見通しがついております）。リノ／レークタホは、ネバダ州北部の今最も注目されているリゾート地であり、ここでのAM研究も大きな価値を生むことになります。

安心、確実、便利な本紙米国ツアーは今年さらに日程、費用ともに研究しつくしました。旅行取扱い業者は日本交通公社（JTB）海外旅行関西支店で、多くの海外営業所があり、一段と確実なツアーとなる予定です。

この内容でこの価格

旅行費用は航空運賃、宿泊費、団体行動中の交通費、チップ、利用税、登録料などはもちろんのこと食事は朝・昼・夕食の全部（ただしシカゴでの昼食一回を除く）が含まれておりますので、極めて便利、快適です。またこの費用は一括して業務用海外視察経費として認められるのも便利なところです。なお上記旅行費用は参加者三十名以上四十名までを条件にしております。

詳しいパンフレット、申込書などはご希望の方にお送りいたします。お問い合わせ、お申し込みはお早い目にどうぞ――

アミューズメント通信社
☎(06)314・0309
日本交通公社・関西支店
（担当・勝部グループ）
☎(06)271・4551

国際化したアミューズメントニュース
INTERNATIONAL AMUSEMENT NEWS

海外の話題

PJピザーズ開始
米国セガ社がピザレストランの新チェーン店

セガ・エンタープライゼスINC（本社ロサンゼルス、ローゼン会長兼社長）では六月二十日、「P・J・ピザーズ」という家族連れむけの娯楽レストランの新たなチェーン展開を始めた。

第一号店はウェスト・コビナーあるイーストランド・ショッピングセンター（SC）の中で、同店オープンに先立つ二週間前にAM業界関係者を招いての披露会を開いている。店の内容はアーケードゲーム場とファミリー・レストランを合わせたもので、これにセガ社独自の工夫を加えて、小さな子どもから老夫婦まで気楽に楽しめるようにしたもの。十二台のTV画面による映画が無料サービスで設置され、小さな子どもを守るためにTVモニターによる監視装置も設けられている。

ゲーム機はTVゲームを中心にフリッパー、その他アーケードゲーム機を豊富に揃え、「ブームボール」も設置している。ほか、小型乗物機も置かれている。レストランのほうは名前のとおりピザ中心となっている。

「P・J・ピザーズは四年間もの研究開発により生み出されたもので、新しい観点に立つファミリー・エンターテイメントである。これは決してなにかの類似ものではない」と、ローゼン会長はその斬新さを強調しているが、もとアタリ社のブッシネル氏によるピザ・タイム・シアターと比較されるのはしかたないようである。ただPTシアターの場合は独自のキャラクターを用いているのに対し、ここでは映画などを利用していることなど相違点も多いようだ。

Missile Command (Atari)
世界中から待望されていたアタリ社製「ミサイル・コマンド」。日本ではセガ社とタイトーから許諾品の形で新発売。

VTRで新製品を発表
グレムリン社ディストリビューター会合

米国グレムリン社（本社カリフォルニア州サンディエゴ、フォグルマン社長）では六月二十七日から三日間、本社にて同社ディストリビューター会合を開催し、この中でIES（発想転換＝アイディア・エクスチェンジ・セミナー）が同会合のハイライトとなった。

これは世界中の同社製品のディストリビューターが招かれて、同社の製品開発方向などについて討議する会合で、今回は同社新製品「カーニバル」と「ディガー」が発表され、説明がなされた。その際、発想転換セミナーと題する説明会で、特別に制作されたビデオテープが使用され、集まったディストリビューターたちをびっくりさせた。

特別に製作されたVTRでは、「カーニバル」や「ディガー」のゲーム内容を、実際の人間社会において再現する（登場人物は俳優）という趣旨で始まり、ついでTV画面上の動作を説明していくというもの。そのほかにグレムリン方式のICボードの点検方法もVTR化され、取扱い技術者の便宜を図っている。

なお同社はセガ社（米国）の小会社。製品についてはセガ社「サムライ」は、近日公開予定の映画「ショーグン」にちなんで「ショーグン」の名で発売される予定。

スターン社もTV機に進出

フリッパーメーカーとして知られている米国のスターン社（本社シカゴ、ゲイリー・スターン社長）もTVゲーム機製造に着手していることが明らかになり、注目されている。

同社TVゲーム機の第一号は「アストロ・インベーダー」で（今現在どういう内容かは明らかではないが）なにやら想像できそうなものらしい。すでにサンプル機は出来ているとのことで、これでフリッパーメーカーからのTVゲーム機への進出は明らかになるもよう。

CARNIVAL

セガ・カーニバル

従来の概念を一新した

エレクトロ・ミュージカル・ファンタジー・ゲーム。

軽快なメロディに乗って動くカラフルな標的を狙い撃ち。プレイヤーの弾丸を食べに来るアヒルの動きに要注意。

MISSILE COMMAND

セガ・ミサイル・コマンド

波状攻撃して来る敵のマルチ・ミサイルを迎撃し、都市を防衛。激烈なミサイル戦が堪能できるエキサイティング・ゲーム。

米国アタリ社製造許諾製品

TARG

セガ・ターグ

米国エキシディ社製造許諾製品

宇宙都市クリスタルに展開するスリリングな攻防戦。宇宙船目がけて体当り攻撃して来るスペクターをミサイルで撃破する痛快なゲーム。

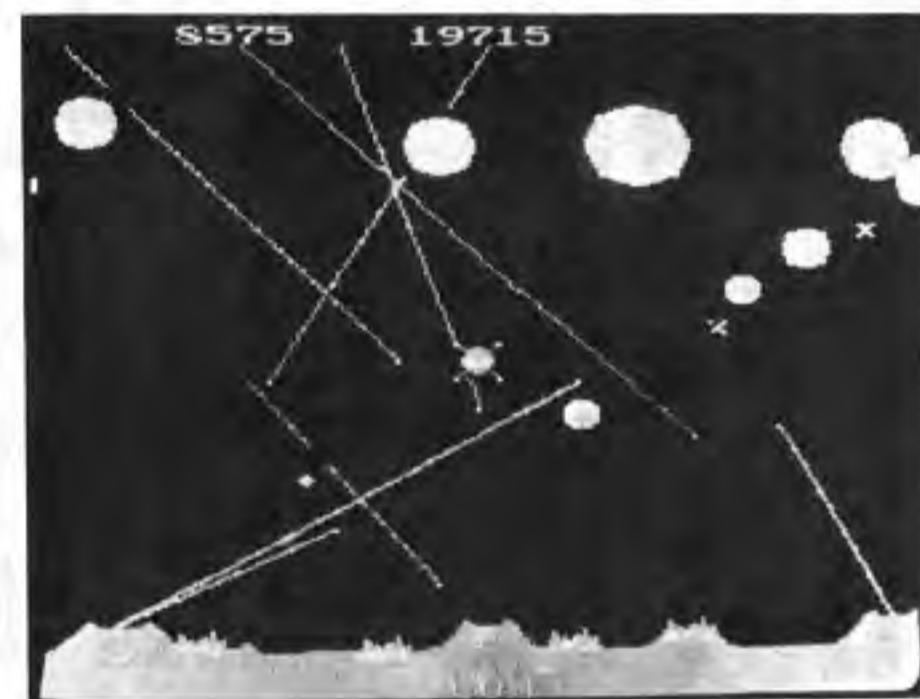
スペース・インベーダー

爆発的にヒットしたTVゲームの面白さをフリッパーに。アトラクティブなデザインと多彩なフィーチャーのバリー社製フリッパー。

ファイヤー・パワー

ゴーガーに続く"しゃべるフリッパー"第二弾。レーン・チェンジ、マルチ・ボールなどの新しいフィーチャーを採り入れたウィリアムズ社製フリッパー。

セガ・ニュー・ファロ

ファロIIの面白さをより高めた新型。デザインも一新。ルーレットのスリルと興奮を再現したメダルゲーム。（3人用）

セガ・ブラック・ジャック

トランプのブラック・ジャックの面白さをそっくりそのままゲームにしたメダルゲームの傑作。

1人用

5人用

ペイアウト機構などに改良を加え、価格もお求めやすくなっております。

メダルゲーム機は「メダルゲーム場運営基準」に沿ってご使用下さい。

SEGA 株式会社セガ・エンタープライゼス

本社 東京都大田区羽田1-2-12 電話03(742)3171(大代表)
関西支店 大阪府豊中市豊南町東2-5-3 電話06(334)5331(代表)
博多支店 福岡県福岡市中央区白金2-5-15 電話092(522)4715(代表)
札幌支店 札幌市豊平区豊平五条3-80-14 電話011(841)0248(代表)

国を制するのは？
全国制覇にチャレンジ！

PICCADILLY CARD

ピカデリーシリーズのエース!!
ピカデリー・カード

カリブの海賊

明るくユーモラスなムードを作る

迫力ある躍動のマシン

★宇宙の果てからきらめく小惑星がズームアップ！
強烈な光を発しながら火の鳥に変身します。

ESCO TRADING CO.,INC.
株式会社エスコ貿易

本社 〒108 東京都港区三田3-5-16 TEL 03(455)6511(大代表) テレックスJ27181
大阪営業所 〒556 大阪市浪速区元町4-335 TEL 06(647)4455(代表)
名古屋営業所 〒464 名古屋市千種区神田町4の5の2 岩田ビル TEL 052(732)2611(代表)
技術部 〒140 東京都品川区東品川1-32-15 コーショービル3F TEL 03(472)6405(代表)

AM業界の需要動向

——中小企業振興事業団・中小企業情報センター調べ——

3 環境変化に対する企業の対応策

次に前節でみた環境変化に対して、娯楽機器企業は現在どのような対応策をとっているのか、また今後とろうとしているかについてみていきたい。

(1) ここ一年の対応策

ここ一年の対応策を、①ロケーションの運営改善、②ゲーム機の開発、導入、③生産面での工夫、④リースの導入に分けてみていくと次のようになる（表21）。

① ロケーションの運営改善

これはオペレーターに関係のあることなので、製造兼オペレーターとオペレーターについてみると、最も多いのは「ロケーションの健全な運営につとめたい」ことである（各72%、77%）。前節で指摘されたように、青少年への規制が厳しくなっているが、これに対しオペレーターは前向きに取組んでいるといえよう。

ついで「女性客でも安心してゲームを楽しめる雰囲気づくりにつとめた」ことがあげられる（各33%、40%）。女性客が増えていることから、オペレーターは女性客の吸引をはかるため、ゲーム場の改善につとめている。

さらに「店員の質の向上につとめた」点もかなり重視されている（各28%、26%）。

以上は既存のロケーション運営に関してであるが、新しいロケーションの拡大として、「直営店を増やした」企業もある（各28%、34%）。

オペレーターにとってロケーション開発が最も重要であることはいうまでもないが、単にロケーションを増やせば良いわけではなく、いかなるロケーションを建設するかという哲学と、いかにして健全なものにしていくかが現在問われているといっても過言ではない。ある企業は自社の方針を次のように語っている。

ショッピングセンターでの遊園地とゲームコーナーの経営は、ニューファミリーを対象に遊びの空間を創造し、「いこい」や「やすらぎ」を提供しようとするものである。ゲームコーナーはその一角にあるが、乗物コーナーやメルヘンの国的なディスプレイと融け合っているので、お客は自然とゲームコーナーへ流れていく（製造兼オペレーター）。

また、ロケーションの開拓と共に、ゲームのPRのために次のような、プッシュとプルの両面作戦を展開している例がある。

（イ）15の営業所と3出張所を設け、九州を除き全国的な営業を展開している。

（ロ）営業マンの訪問マニュアルを作成し、新人担当者でも容易に新規開拓ができる体制をとっている。

（ハ）直接訪問活動と併行して、イベントを開催してTVゲームの普及を促進したり、電波媒体を利用して社名の売り込みを図った。特に、昨年から今年にかけて全国横断テーブルTVゲーム選手権（昨年前半はブロック崩しゲーム主体）を主催し、スポーツ新聞社、ヤング向け週刊誌を利用してPRに努めた。

（ニ）今年に入ってからは、従来この種のゲームに対しては、パチンコやスロットマシンと同類で非健康的な遊びという偏見が強く、暗いイメージもあったので、イベントの収益を施設に寄付したり、チャリティショーに協賛参加する一方、有力日刊紙に全段抜きの広告（遊びのこころシリーズ）を出し企業イメージの高揚を図った（オペレーター）。

② ゲーム機の開発導入

全体でみた場合、「視覚・音響効果に優れた機種」（46%）、「テーブルタイプの機種」（35%）、「独創的な機種」（35%）のゲーム機が、開発・導入されている。

製造兼オペレーターと製造専業では、「視覚・音響効果に優れた機種」（各56%、53%）と「独創的な機種」（各50%、59%）が、またオペレーターでは「テーブルタイプの機種」（43%）が、開発・導入に際しとりわけ重視されている。

試作品の開発体制、開発のポイントについて、4つのメーカーの具体例を紹介してみよう。

A（開発体制としては）

（イ）技術課4名、企画課2名の計6名が開発に従事（社長が統轄）。企画立案から試作品製作、市場調査、分析まで受持つ。スタッフは社内の優秀な技術者を選抜しており、特に大学出身の若手が中心。古手のベテランは最近のIC技術の進歩に対応できない人が多い。

（ロ）年間3機種の開発が目標であるが、実際には半年1機種のペースで推移している。開発費用は、原則として必要なだけ投入するようにしているが、昨年実績では数千万円程度（除人件費）。

（ハ）社外人材として、海外のバイヤーを開発顧問としている。遊戯機械の事情に精進しており、来日の際に、開発作品について集中的にアドバイスを受けている。

（ニ）試作品のマーケティングは東京・京都の系列ロケーション数ケ所で実施する。他社に察知されないように3〜4日ごとに場所を移動させている。

（開発ポイントとしては）

（ホ）アイデア開発も難しいが、寧ろ試作品を商品化するために如何にコストダウンするかが重要なポイントである。

（ヘ）また、開発した機械が利益を上げるか否かは、機械のアフターケアがどの程度必要かによって決まる。アイデアがよくても、故障し易くメンテの手間が掛かる機械はヒット商品とはいえない。

（ト）また、機械に対するイタズラ防止に色々工夫をこらしている。ゲーム機の部品を破損したり、付属品をとり外したりするイタズラが多く、その都度アフター・ケアしなければならない（6ケ月間は無料で修理）。その負担だけでも大変なので、イタズラ防止に腐心した機械を開発している。例えば、表面からは一切ビスが見えないような工夫をしたり、円頭ビスを使用して容易にとり外しのできないように配慮している。

B 新製品の開発は、親会社と共同で取り組んでいる。「遊び・ゲーム」のアイデア（ソフト）を出すスタッフと、具体化する技術（ハード）スタッフの共作。開発はすべて内部の人間でやっており、アイデアの担当者も技術についてかなりの知識を持つ。製品化して市場に出すのは1年に5種類程度である。

C 「空想遊び」、「操作の簡易性」、「遊びの値ごろ感」を考慮に入れ、試作品の開発を行っている。試作期間に平均1年間かかり、製品化は年に3〜4種類。新製品のうち採算にのるのは半分である。ICを使うと巾広いパターンの組み合わせが可能で、応用性、ゲーム性が豊富にだせる。

D エレクトロ・メカニックの素地ができたので、技術性の高いゲームの開発に力を入れている。一つのゲームが開発できると、それに新しいもの（技術性やドラマ性を高める演出効果）を付加することによって、ライフサイクルを長くすることができる。

③ 生産面での工夫

生産面での工夫はメーカーに関係あることなので、製造専業についてみると、「品質管理に力を入れ、耐久性を高めた」（53%）、「生産管理に力を入れ、コストダウンを図った」（41%）ことが指摘されている。

ゲーム機はアイデア商品だとは言え、品質の良い製品の提供、コストダウンの追求は、決してどうでも良いことではない。具体制としては先に開発のポイントで紹介した（ケースA）企業がみられた。

④ リースの導入

「リース方式を導入した」企業は、製造兼オペレーターとオペレーターに各22%、20%みられる。リース業務を強化するのは、インベーダーゲーム機が喫茶店に普及した結果、喫茶店のマーケットシェアを確保するためである。

先にみたように、「直営店を増やした」企業が各28%、34%あったので、業界全体としては、リース業務より、直営店建設に力を入れる企業の方が多い。

リースにするか、直営店にするかは、結局台当たりの売上げによって決まる。例えばリースに力を入れている企業では、次のような計算をしている。

インベーダーゲーム機を50万円で入手したとする。1台の売上げが1日7,000〜8,000円で歩合契約として、売上げの50%を受けとるので、リース収入は3,500〜4,000円になる。月間売上げが10〜12万円であるから4〜5ケ月でモトがとれる（オペレーター）。

しかしリース業務を行なわない企業では次のような計算をしている。

歩合契約のゲーム機は、本社員が1日に10台を集金するとして、その人件費（賞与込み月額25万円÷25日で1日1万円）が、1台当たり1,000円である。歩合契約は5%なので、1台2,000円の売り上げがある場合に、やっと集金費用がペイすることになる（オペレーター）。

(2) 業界見通しと今後の対応策

娯楽機器業界の景気の見通しとして、「どちらともいえない」と考えている企業が6割弱（57%）ある。また「良くなると思う」と考えている企業が3割弱（27%）ある。

控え目な見方のなかにも楽観的な見通しがうかがえるが、オペレーターには「悪くなると思う」という企業が26%あり「良くなると思う」企業（20%）を上回っている。

また自社の業績の見通しとしては、「どちらともいえない」と考える企業と「良くなると思う」と考える企業がほぼ同数（各47%、43%）である。業界全体の見通しとしては慎重な見方をしているが、自社については強気な見方をしている。オペレーターにおいても、「良くなると思う」企業（34%）が、「悪くなると思う」企業（11%）を上回っている。

表21　環境変化に対するここ1年間の対応策

(%)

	ロケーションの運営				ゲーム機の開発・導入			生産面		リース
	ロケーションの健全運営	女性客も楽しめる雰囲気づくり	店員の質の向上	直営店をふやす	視覚・音響効果に優れた機種	テーブルタイプの機種	独創的な機種	耐久性を高める	コストダウン	リース方式の導入（リースの割合増加）
全体	55.7	31.6	20.3	21.5	45.6	35.4	35.4	19.0	11.4	19.0
製造兼オペレーター	72.2	33.3	27.8	27.8	55.6	33.3	50.0	22.2	11.1	22.2
製造専業	17.6	17.6	11.8	—	52.9	35.3	58.8	52.9	41.2	11.8
オペレーター	77.1	40.0	25.7	34.3	40.0	42.9	22.9	5.7	—	20.0

インタビュー調査によれば、インベーダーブームへの便乗組の淘汰は進むとの見方が多くの企業から出されたが、インベーダーゲームが獲得したTVゲームの固定客は今後も維持されるという見通しが述べられている。したがって業界の見通しが決して暗くなく不良企業が淘汰されただけであると言うわけである。代表例を示すと次のようになる。

A インベーダーそのものは後退するが、インベーダーブームによって拡大した市場規模は維持されるであろう。インベーダーブームに乗った新規参入組を含めて、業界の自然淘汰が推進するであろう（製造兼オペレーター）。

B インベーダーゲームは確かに一時の過熱状態からくらべると売上げは落ち込んでいるが、閑古鳥というような惨状ではない。TVゲームそのものへの固定客は、ある程度定着しているし、遊びのバリエーションを増やせば、安定的な売上げが見込める（オペレーター）。

ただ、オペレーターに業界の景気が悪くなるという企業が多かったのは、次のような事情があるためである。

インベーダーブームにより生産台数がふえ、仲買いブローカーがふえた。オペレーターも機械の在庫が多く、ロケーションの奪い合いが激しくなっている（オペレーター）。

前記のような業界および自社の業績見通しのなかで娯楽機器企業はどのような対応策をとろうとしているのか、機種の開発・導入面での対応策と、経営面での対応策とに分けてみてみる。

（イ）機種の開発・導入面での対応策

今後有望な娯楽機器は依然としてTVゲームだと考えられている。すなわちテーブル型TVゲーム機とアップライト型TVゲーム機が、伸びるとみている企業は、それぞれ37%、22%ある。

このようにTVゲーム機の時代は今後も続くと考えられるが、そのなかで業界はどのような機器の開発や導入をはかろうとしているのか（表22）。

最も多いのは、「操作が簡単で、だれにでも楽しめるもの」（62%）である。ついで「視覚・音響効果により臨場感を味わえるもの」（47%）、「スピードやスリル感に優れたもの」（46%）、「エレクトロニクスを活用したもの」（43%）、「テクニックが向上するにつれ、プレイ時間、得点が向上し、刺激を増すもの」（39%）、「創造的な要素が加味されたもの」（37%）となっている。またゲームの仕方としては、「家族そろって楽しめるもの」（39%）や「1人でも複数でも楽しめるもの」（38%）も重視されている。

インタビュー調査では、「TV要素の三大要素は、宇宙もの、戦争もの、コミカルなものである」との意見が聞かれたが、ある企業では、ゲーム機の開発のポイントは空想の遊びを作り出すことにあるとして次のように言っている。

ゲームは実物の部分と空想の部分があり、空想の部分を重視する必要がある。実物とは例えば、スポーツをゲーム化する場合である。ただこれではゲームをやっているうち、本物のスポーツの方が面白いとの意識が必ず生れ、飽きられてしまう。これに対し空想の部分は新しい遊びのジャンルを作り出すことができる（製造専業）。

（ロ）経営面での対応策

経営面での対応策は、メーカーとオペレーターとでは異なる。経営形態別に対応策として重視されている項目を、ロケーション、生産技術体制、販売体制、情報収集に分けてみると表23のようになっている。

当然のことだが、メーカーは生産面での体制強化をはかろうとし、オペレーターはロケーションの運営と開発を強化しようとしているのである。

インタビュー調査では次のように述べられている。

メーカーとしては商品開発力を、オペレーターとしてはロケーション開発力を強化しなければならない。商品開発のためには、情報収集と人材の確保を重視する。つまり末端でのファンやオーナーの苦情や注文を吸上げて、新機種の開発や改良に結びつけていくこと、および新しいゲームを考え出すアイデア・時代を先取りするセンスを持った人間の養成が必要である。全社員が情報マンでありアイデアマンでなければならない。

またロケーション開発力とは信用力である。大は遊園地、ファミリーランドから小は喫茶店のたった1台のゲーム機器まで、お店の販売促進をになっているのであるから、スペース演出力、ディスプレイ、イベントなどのノウハウを持っていることを武器にして、売り込んでいかなければならない。何がやれるかということで、他社と競争するのであって歩合などのダンピング競争ではない（製造兼オペレーター）。

またコストダウンについては、ゲーム機器は一〇〇〇台以上量産可能ならば、コストダウンができ、収益も増加するが、現在1機種当たりの生産量は、ヒット商品を別にすれば、せいぜい五〇〇〜一、〇〇〇台である。そのためリスク分散とコストダウンのために、下請工場に製造を委託し、自社工場は試作工場としている企業がみられる。

さらにオペレーターのロケーションの健全な運営については、すでにゲーム場の現場社員として、学生や若者に説得力を持てる40〜50才の中高年層を配置している企業がみられる。経営者の声として"ゲーム屋"といった意識を脱却して、近代化を進める必要がある、そしてその結果、ゲーム場が非行の温床になることもなくなるであろう、との意見がいくつか聞かれた。

表22　新機種の開発

(%)

	操作が容易でだれにでも楽しめるもの	視覚・音響効果により臨場感が味わえるもの	スピードやスリル感に優れたもの	エレクトロニクスを活用したもの	家族そろって楽しめるもの	テクニックの向上で時間得点が向上し、刺激を増すもの	一人でも複数でも楽しめるもの	創作的要素を加味したもの	演出・工夫をこらし見た目が楽しいもの
全体	62.0	46.8	45.6	43.0	39.2	39.2	38.0	36.7	30.4
製造兼オペレーター	50.0	55.6	33.3	44.4	50.0	22.2	27.8	33.3	38.9
製造専業	52.9	29.4	41.2	35.3	35.3	41.2	17.6	52.9	23.5
オペレーター	71.4	51.4	57.1	54.3	37.1	48.6	42.9	37.1	28.6

表23　今後の対応策

(%)

	ロケーション			生産・技術体制			販売体制		情報入手
	ロケーションの健全な運営	女性客も楽しめる雰囲気づくり	店員の質の向上	技術開発力の向上	機器の耐久性の向上	コストダウン	販売体制の強化	直営店の増加	消費者情報の入手
全体	68.4	44.3	32.9	41.8	27.8	20.3	34.2	27.8	22.8
製造兼オペレーター	77.8	38.9	33.3	66.7	38.9	38.9	44.4	22.2	11.1
製造専業	29.4	17.6	11.8	70.6	47.1	47.1	29.4	5.9	17.6
オペレーター	88.6	62.9	48.6	20.0	14.3	2.9	25.7	40.0	34.3

4 企業が抱える問題点

前節でも一部触れたが、最後に娯楽機器関連の企業が抱えている問題をみてみる（表24）。

最大の問題は、「製品のライフサイクルが短い」（77%）ことと、「ブームに便乗した新規参入業者が多い」（65%）ことである。この点は、メーカー、オペレーターを問わず、いずれも、1位と2位にあげている。

このほかには、メーカー側の問題としては、「新製品を出してもすぐ真似される」ことと、「新製品を出すのに多額の費用を要する」ことがあげられる。例えば前者については、製造兼オペレーターの56%、製造専業の41%が指摘し、後者については製造兼オペレーターの39%が指摘している。

またオペレーター側の問題としては、ロケーション上の問題と機器の流通上の問題に分けられる。

ロケーション上の問題では、「過当競争に陥っている」ことを製造兼オペレーターの50%、オペレーターの51%が指摘し、「青少年の入場規制」については、製造兼オペレーターの51%が指摘し、さらに「ノウハウの蓄積のないオペレーターの存在」をオペレーターの51%が指摘している。

機器の流通上の問題としては、「リース業者が業界を混乱させる」ことと、「不良在庫を持ったメーカーが業界を混乱させる」ことが、各40%のオペレーターから指摘されている。

表24　企業の抱える問題点

(%)

	商品のライフサイクルの短かさ	新規参入業者の過多	青少年の入場規制	ロケーションの急増	新製品をすぐ真似されること	ノウハウのたりないオペレート業者の存在	多数の機器を持つリース業者の存在
全体	77.2	64.6	41.8	40.5	38.0	35.4	30.4
製造兼オペレーター	66.7	61.1	66.7	50.0	55.6	16.7	27.8
製造専業	70.6	64.7	—	5.9	41.2	23.5	17.6
オペレーター	88.6	71.4	51.4	51.4	25.7	51.4	40.0

今後の対応方向

今回の消費者調査、業界調査の結果をもとに、娯楽機器業界を抱えている問題点を整理し、今後の対応方向について、若干の考察を試みてみたい。

なお業界調査は、全日本遊園協会のアミューズメント部会所属の全企業を対象としたため、製品別にみた場合、小型乗物機（木馬などの動物、バッテリーカー）、各種ゲーム機、ジュークボックス、カラオケ機が含まれており、また業態別にみた場合、メーカー、オペレーター、リース業、販売業の各企業が含まれている。しかし製品につい

次ページへ続く

情報調査報告・AM需要動向

ては、調査結果でも明らかなように、調査対象企業のうちゲーム機の営業収入のウエイトが最も高い企業が7割強を占めるので、以下ゲーム機を取扱う企業を主体として、今後の対応方向を述べていきたい。まだ業態については、メーカーからオペレーターまで全業態にわたって述べることとする。

(1) 新製品開発力の強化

娯楽機器業界は、インベーダーブームで大いに脚光をあびたが、反面ブームにより、業界調査にみられたようにマイナス面が発生した。つまりコピーメーカー、にわかリース業者、オペレーターの大量出現による競争激化と業界モラル低下である。また、コピーメーカーの出現はテレビゲーム機品の過剰をもたらしたと同時に、機械のライフサイクルを一段と短縮させた。また、にわかリース業、オペレーターの出現はロケーションの拡大、深夜営業等によって青少年への悪影響を及ぼし、消費者団体をはじめとする各種団体の反発をうけている。こうした娯楽機器業界の状況のもとで、企業のみならず娯楽機器業界全体の健全な発展のために、企業がとるべき方向として、次の点をあげることができよう。

消費者の衝動性、気まぐれな好みに左右されやすいゲーム機器は、流行性が強く、ライフサイクルがきわめて短い。また、新機種が登場すると、すぐにコピーがあふれて過当競争が生じる。こうした状況の下で企業が恒常的にヒット製品を生み出し、成長していくには新製品開発に対するポリシィの確立と開発体制の強化が不可欠である。

① ヒット製品と安定製品の開発

業界では製品のライフサイクルは半年から一年といわれ、この短かさが、よきにつけ悪しきにつけ、娯楽機器の特徴となっている。一発当れば大儲けできる反面、はずれのリスクも大きい。毎年、独創性に富んだ新しい製品を開発し、ヒットを狙うという風潮が業界全体にみなぎっているが、一時的なヒット商品を追うだけでなく、同時に大きなブームを呼ばないまでも、安定的に人気のある寿命の長い製品(米国のフリッパーのような)の開発にも心がけていく必要がある。すなわち安定的な売上が期待できる製品をベースに、目先の変わった製品を順次出し、リスクを少なくしていくことである。

② お客のニーズのキャッチ

製品開発の原点はお客のニーズをとらえることである。ゲーム機器の最大のお客は、10代、20代前半の若者であり、若者の感覚・嗜好に合わせた製品の開発が必須である。そのためには、若者の好むファッション、雑誌、映画、音楽、スポーツ等に日頃から目をくばり、若者の生き方、ライフスタイルに精通していることがとりわけ重要である。また、ゲームを楽しんでいる場にでかけ、消費者の遊び方を観察したり、モニター制やインタビューを通じてゲーム機器に対する生の声を直接きき出すことは、新製品のアイデアを得る上で有効な方法である。

③ アイデア収集

ゲーム機器はアイデアが勝負の製品だといっても過言ではない。したがって、新しいアイデアを常に考え出し、具体的に製品に結びつける努力が重要であるが、そのためには、それなりの体制づくりが、肝要となってくる。すなわち、一部の開発担当者だけではなく、直接消費者と接する営業をはじめとして、社員全員がアイデアマンになるような社内体制(提案制度、報賞制度)の確立が望ましい。社内のアイデアだけでは限界がある場合には、取引先(リース業、オペレーター)、海外の関連企業(関係者)、他業界、若者のグループ等を活用することも一案である。また、学生を中心に自分達でゲーム機器を開発する動きがあらわれているが、彼らの作品を巾広く公募するコンクール、イベントの開催、彼らへの資金援助等によって、具体的な商品化に役立てる方法もある。

(2) 新しい顧客を対象にした機器の開発

インベーダーゲームはブームを引き起したものの、ファン層の大半はティーンエイジャーを中心とした若者である。若者はゲームに限らず、流行・ブームに敏感で、アキるのも早いという特性が強い。娯楽機器はその性格からいっても、中心的な役割を果すのは若者であるが、今後は経営の安定化の意味からも、従来未開拓の分野の層への進出を図り、巾広い層に受けいれられる機器の開発、それに合ったルートの開拓も重要となってこよう。

たとえば、親子、夫婦、兄弟がそれぞれの能力・技術で楽しめるゲーム性、複数で楽しめるゲーム内容、あきのこない奥行きのあるゲーム内容、遊びだけでなく子供の教育に役立つ内容、等にポイントをおいた製品の開発に取り組んできてはどうだろうか。

また、今後増えていくであろう、自由時間の多い高年令層に着目し、彼らのニーズ、ライフスタイルに合ったゲーム機器の開発とロケーションの開拓も一考の余地があろう。

(3) ロケーションの開発と充実

テーブル型TVゲーム機器の普及により、喫茶店、スナックなどこれまでゲーム機器が設置されなかった場所に、機器が置かれるようになった。これは客層の拡大に大きく貢献し、娯楽機器業界にとっては望ましいことであったが、反面ロケーションが乱立し、歩合競争、ゲーム機器のダンピング競争の激化というマイナス面もあらわれてきた。したがって、これからのロケーションの開発と充実には、次のような点を考慮する必要があろう。

① ロケーションの開発方向の設定

ロケーションの開発のあり方は各社各様であり、いろいろな方向があってよいと思われるが、競争激化の中でそれぞれ生き残っていくには、やみくもに進出、拡大するのではなく、得意な分野に絞っていく必要があろう。地域・場所の立地条件、またゲームセンター、喫茶店、ホテル、ショッピングセンター等の店舗施設の基準からロケーションをとらえ、それぞれのメリット・デメリット・他との競合状況を判断して、自社の取り扱い製品に合った型で専門化の方向を定め、集中的な投資、プロモーションを展開していく。

また、テレビゲームが喫茶店というまったく新しいロケーションを開拓して拡大していったように、今後さらに新たな可能性を求め、娯楽機器のロケーションとしては未知な店、施設、場所の開拓にも努めていくことが必要であろう。この際ロケーションの条件によっては、機器の大きさ、音の面での工夫・改良といった機種の面でも検討する必要がでてこよう。

② ロケーションにおけるオリジナリティーの発揮

設置されている機種がほとんど変らなければ、立地条件・雰囲気・PRの善し悪しがロケーションの客寄せに大きく影響する。したがって、ロケーションサイドは、店内の照明、スペースの演出、ディスプレー、施設面での快適性等のハード面と、PR、イベント、大会の開催、従業員の応待等のソフト面にオリジナリティーを発揮し、他との差別化に努めることが大事である。

③ ロケーションの健全化

とりわけゲーム場に対しては、深夜営業、子供が遊ぶことから、非行化の温床となっている等の批判があるが、ロケーションの健全化は娯楽機器業界全体として早急に取組むべき課題である。これをうけて、全日本遊園協会は、一九七九年六月に"インベーダータイプゲームマシン運営自主規制"をつくって実施しており、一歩前進しているが、同じ娯楽機器でありながら、遊園地の娯楽機器は問題がなく、ゲーム場のゲーム機器が批難されるというのは、ゲーム場の運営上の問題ではなかろうか。明らかに子供を相手にした場合の商通徳の確立が望まれているといえよう。業界全体としてもゲーム機器のイメージアップをはかるために、新聞、雑誌、TV、ラジオを使ってゲーム機器の正しいPRを行うことが要請されよう。また、個々のオペレーターも、自社のゲーム場を健全化するために努力すべきであり、そのためには従業員の資質を高め、各ゲーム場にゲーム専門のインストラクターを配置し、お客に対応するのも一つの方法かと思われる。

④ ゲーム料金の弾力性

消費者調査によれば、TVゲームをしない理由として10%強の人が、お金がかかることをあげていた。また各種団体がTVゲームを批難するのも、子供の非行につながることと同時に、子供がお金を使いすぎることにあったようである。現在ほとんどのゲーム機器は一ゲーム一〇〇円であるが、客層を勘案して使用時間、設置場所等からゲーム料金を割引くことが可能な場合もあるはずである。また高いゲーム料金を維持する場合には、お客へのサービス(飲物の提供、ゲーム場を高級な雰囲気にする等)によって、お客の割高感を解消することも一案である。

解説

昨年八月から九月にかけて、全日本遊園協会(JAA)メンバーの協力を得て中小企業振興事業団が実施した「需要動向調査」の結果がまとめられ発表された。

本紙で三回にわたり掲載したのは、その「需要動向調査報告書(余暇生活関連品)(その四)娯楽産業編」のうち、AM業界を意味する「娯楽機器業界」関係部分である。本紙では事業団、JAAの了解を得て掲載へと進めたが、第何章という見出し部分については多少書きかえている(左の掲載要領記載の見出しがもとの見出しである)。

この調査はゲームマシンの需要・供給に関する総合的な実態調査であり、画期的内容となったが、データについては次のとおりとなっている。まず消費者動向では昨年九月、全国六都市の15～59歳の男女四千五百名を対象に個別訪問留置法でアンケート調査した。一方、業界調査についてはJAA加入の百四十六社を対象に八月から九月にかけて実施したところ有効回答七十九社となったほか、さらにそのうち十二社についてインタビュー調査を実施したもの。

第1章 調査計画
第2章 調査結果の要約と考察
A パチンコホール
B 娯楽機器業界(本紙第145号掲載)
第3章 消費者の娯楽活動の実態
第4～7章 (パチンコホール業界)
第8章 娯楽機器業界の概況(第146号)
第9章 娯楽機器業界の事業環境変化と対応策(1 2は第146号、3 4は第147号)
第10章 娯楽機器業界の今後の対応方向(第147号)

総目録 No.15

本紙第139号～第143号の「話題のマシン」でとりあげたマシン総目録です。
配列については、❶フリッパー、❷ＴＶゲーム機、❸その他アーケードゲーム機、❹メダルゲーム機、❺乗物機、❻ジュークボックス（カラオケジュークを含む）などに分類し、それぞれ掲載順となっております。社名（略称）のうしろの番号は掲載号の号数です。

ギャラクシー
米国スターン社製フリッパー。銀河系宇宙の生成をテーマにしたもので、下段は広くボールのスピードが早くなる。定価74万円。【セガ社】No141

レーザーボール
米国ウィリアムズ社製フリッパー。宇宙に飛ぶレーザー光線をモチーフとしたワイドフリッパー。ボーナス5倍まで。定価82万円。【セガ社】No141

フューチャー・スパ
米国バリー社製フリッパー。未来社会をテーマにしたワイド機。これ以後バリー／ミッドウエー製品はバリージャパン扱いに。定価85万円。【バリー】No139

ムーンレイカー
宇宙テーマのＴＶゲーム機。画面上下から攻撃してくるＵＦＯ群を、中央の戦闘機が迎撃していくもの。八方向レバー使用。定価74万円。【日本物産】No139

ルート30
ＴＶドライブゲームにメダルゲームの要素を加えた機械で、プレイヤーは別れ道を次々と選択していき、メーターを加算する。定価59万円。【オーエム】No139

トマホーク　777（テーブル）
同社同名機のテーブル型。なお後期になって同機内容が多少変更となっている。定価55万円。【データイースト】No139

トマホーク　777
上空から攻撃してくるＵＦＯ群を海面下にいる潜水艦から迎撃していくＴＶゲーム機。四方向レバー使用。定価68万円。【データイースト】No139

ローラー・ディスコ
米国ゴットリーブ社製フリッパー。名前のとおりサイケ調の色彩を施したワイド機。ダブルフリッパー。定価76万円。【タイトー】No142

トーチ
米国ゴットリーブ社製フリッパー。オリンピックにちなんだもので、ボーナス倍率は最高十倍まで。定価72万円。【タイトー】No142

ＴＴ　ルパン三世
同社同名機のテーブル型。ルパン三世が危機を脱するマジックボタンがある。現金袋は一度に２袋まで移動できる。定価58万円。【タイトー】No140

ルパン三世
ルパン三世（著作権使用）が警部、警備員、犬の動きをかわしながら現金袋を盗み出すという内容のＴＶゲーム機。４方向操作。定価68万円。【タイトー】No140

ロッキー
ＴＶボクシングゲーム機。２人用で互いに移動しながらグローブを放つもの。１人用では機械が相手をしてくれる。定価70万円。【東洋娯楽】No140

レッドタンク（テーブル）
同社同名機のテーブル型。ゲームスタート時や交替時に音楽が出る。定価55万円。【シグマ】No140

レッドタンク
敵の戦車との攻防戦と、画面内のドットを消していくという内容のＴＶゲーム機。４方向レバーと砲弾ボタン使用。定価58万円。【シグマ】No140

ムーンレイカー（テーブル）
同社同名機のテーブル型。発射ボタンは２個（上方向と下方向）ある。定価64万円。【日本物産】No139

アステロイド
米国アタリ社製同名機の製造許諾品。ＸＹ白黒モニター使用。右旋回、左旋回、前進はレバーによる。定価72万円。【セガ社】No141

いたずらエンゼル
ジャンプ方式のＴＶゲーム機。画面上部にハートの列が左右に流れていく。ゲーム終了時にはコンピューター占いがある。定価58万円。【アイレム】No141

戦国の自衛隊
テーブル型ＴＶゲーム機。画面内の戦車戦で、四方向移動、大砲は八方向に設定している。待期中の敵戦車の得点は倍。定価58万円。【ユニバーサル】No141

ＴＴ　アステロイド
米国アタリ社製同名機のテーブル型（許諾機）。操作は右旋回、左旋回がレバー方式になっている。２人用では画面反転。定価58万円。【タイトー】No140

ＴＴ　クレージー・バルーン
同社同名機のテーブル型。ゲーム進行中５秒以上同じ場所に止っていると「顔」が出てきて吹き飛ばす。定価58万円。【タイトー】No140

クレージー・バルーン
バルーン（風船）を通路周りのイバラに当てないようゴールまで進ませるという内容のＴＶゲーム機。４方向操作。定価68万円。【タイトー】No140

話題のマシン

（第139号～第143号）

トランキライザーガン
画面内のジャングルでハンターを動かし、登場する猛獣たちを麻酔銃で撃ちとるという内容のＴＶゲーム機。四方向レバー。定価68万円。【セガ社】No142

ディープ・スキャン
対潜水艦ＴＶゲーム機。海上の駆逐艦を左右に操作しながら爆雷を投下していくもの。画面下に小さなモニターがある。定価52万円。【セガ社】No142

アステロイド（テーブル）
同社同名機のテーブル型（アタリ社による許諾品）。定型58万円。【セガ社】No141

チーキーマウス
画面内の天井から床下へとネズミが動き回り、チーズをとっていくのを人間がやっつけるという内容のＴＶゲーム機。定価65万円。【ユニバーサル】No143

トロピカルダイブ
海面下を舞台に海中動物をハンティングしていくという内容のＴＶゲーム機。四方向レバー操作と水中銃発射ボタン。定価58万円。【テクノン工業】No143

グリーンベレー
画面内の戦場でプレイヤー側の砲台を攻撃していくという内容のＴＶゲーム機。走り回るグリーンベレーなどが登場する。定価58万円。【アイレム】No143

スピーク&レスキュー
音声回路を用いたＴＶゲーム機。ＵＦＯが飛来し、地球上の人間をさらっていくのを迎え撃つもの。助けてーと叫ぶ。定価58万円。【サン電子】No143

カミカゼ
画面上部から次々とＵＦＯが落下し、それを地上にあるビーム砲から攻撃するという内容のＴＶゲーム機。定価52万円。【レジャック】No142

トランキライザーガン（テーブル）
同社同名機のテーブル型。猛獣はその種類によって、眠るのに必要な麻酔弾の数が異なる。このほか盛り沢山の内容。定価58万円。【セガ社】No142

国盗り合戦
新形式の１人用メダルゲーム機。回転盤の組合わせで、盤面上部のスタートからゴールまで進めるとチップが出るもの。定価3?万8千円。【レジャック】No143

ギャラクシー
回胴（スロット）式の風営機。米国バリー社製で、大幅にＩＣ回路採用、自己診断装置つきなどの特徴がある。５ライン方式。定価120万円。【バリー】No139

ももたろう
新しく始まった同社ちびっこシリーズのアーケードゲーム機。物語の映像とナレーション・音楽の展開バックに３回の勝負。定価59万円。【タイトー】No143

ピッチイン
球速測定ゲーム機で、キャッチャーの絵の真中に入るとストライクの声とともに球測が表示される。定価168万円。【ナムコ】No142

戦国の自衛隊（カクテル型）
同社同名機の大きなボックス型。26インチカラーモニター使用。定価76万円。【ユニバーサル】No143

チーキーマウス（テーブル）
同社同名機のテーブル型。ネズミのほかにベスト菌も登場する。定価58万円。【ユニバーサル】No143

「コンボイ」シリーズ
バッテリーカーの新シリーズ。トレーラー部分に乗って前の車のハンドルを操作するもの。音響効果つき。定価48万円。【信水貿易】No142

ジャンボ・ドラえもん
ドラえもん（著作権使用）を乗物機化したもの。機械に子どもが乗り込みボタン操作をする。高さ2.4ｍ。定価118万円。【ナムコ】No142

ボンボン
英国製の大型遊具。圧縮空気でふくらませた上で子どもらがとびはねて遊ぶもの。屋外用の大型・小型もある。屋内用定価は230万円。【東洋娯楽】No141

サファリー
２人用乗物機。サファリのダチョウ狩りをテーマにしたものでダチョウも動く。音響効果つき。定価85万円。【宝化学】No140

ブルートレイン
同社節電型バッテリーカーで、２両連結タイプの最新作。汽笛と童謡つき。２人用。小さい子どもでも乗れる。定価48万円。【日本娯楽】No139

新幹線
同社節電型バッテリーカーで、国電シリーズの最新作。１人用で童謡つき。定価32万円。【日本娯楽】No139

これからのゲーム機

ニュータイプ

ローター回転式

ピカデリー・クィーン

▽91－15535

国盗り合戦

くにとりがつせん

新鮮なゲーム内容

▽91－15535

■レジャック製

あのポーカーゲームが本格ＴＶゲーム機に!!

T.V. POKER

ＴＶポーカー

- ペイアウトなし（クレジットのみ）
- 倍率（2～500）は毎回画面で表示
- １回最高10枚ぶんのベットオン

W560%
L860%
H610%～710%
WT40kg

W565%・L670%
H910%・WT65kg

千円札受け入れ装置つき
クレジットへのレート切替可!!

ミクマ産業㈱
大阪市都島区東野田４－４－３（〒534）
ＴＥＬ（06）354－0223（代）

以上のメダルゲーム機の設置運営につきましては「メダルゲーム場運営基準」を守ってご使用下さい。

ＴＶスロットの主役　ここに共演

SUPER BONUS LINE

スーパー・ボーナスライン

特徴
- oデジタル方式とホッパー方式で幅広いセッティングが可能
- oペイアウト最高3000枚
- o画期的なスロットサウンド

VIP CONTINENTAL

ビップ・コンチネンタル

特徴
- o配当率90、85、80、75%調整可能
- oメダルボックス3000枚以上
- o停電時にもOK（バッテリー内蔵）

▽95－1881　　▽95－1572

以上のメダルゲーム機の設置運営につきましては「メダルゲーム場運営基準」を守ってご使用下さい。

レジャーシステム
日東エレクトロニクス
〒536 大阪市城東区諏訪4丁目17－14
上田ビル1Ｆ　TEL 968-3551～3

どのメーカーの商品も豊富に！

1980・8

スーパーライン

スロットタイプの風俗営業認可機種。完全電子回路方式で、各地で多大の実績を示しています。

ムーン・クレスタ

宇宙大パニック、緊急攻撃指令〔Z〕発信！
（日本物産製）▽95－1836

ロータリー・アイドル

４ヵ所の投入口、３枚賭けの単勝式も可能。連勝複式にネキストをプラス　（関西企業製）
▽91－11757

ビップ・コンチネンタル

２人用ＴＶスロットの決定版!!
配当率調整可能、メダル3,000枚収納可能
▽95－1572

ターゲット

フラットなフロント、高温に耐える頑丈さ、高圧ノイズ防止警報回路つき。
▽91－15021

ハイポイントABC

ワンゲームで三度のスリル
▽91－11757

以上のメダルゲーム機の設置運営につきましては「メダルゲーム場運営基準」を守ってご使用下さい。

株式会社 ベンドジャパン

本　社　〒556 大阪市浪速区水崎町18番地　TEL.06(643)3857（大代表）

東京支店
〒104 東京都中央区新川１－18－７　新川ビル　☎ 03(553)8293㈹
沖縄支店　沖縄ベンドジャパン
〒901-22 沖縄県宜野湾市大山436　☎09889(7)3333
松山支店　ベンド松山
〒790 松山市萱野町６丁目19　三好ビル　☎0899(25)1300

子供達に楽しい夢を….

あなたには確実な収益を….

イギリスの名門、GAYTON GAMESで長年育くまれた名機

LUCKY EGGS MACHINE

ラッキー　エッグ　マシーン

WILL BRING YOU LUCKY….

●本体が強化プラスチック製全天候型で表にも設置できます。
●お金を入れるとメン鶏がコ・コ・コ…と鳴いて卵が一ケ出て来ます。
●卵の中には子供の好きなオモチャが入っています。
●メン鶏は、お金を入れない時でも、時々コ・コ・コ…と鳴いています。
●オモチャの種類は300種以上。どれも子供達の夢にかなうものを選んであります。
●卵は一度に1,500ケ以上収納する事が出来ます。(補充の手間が省けます。)

SIZE　H1350㎜×W564㎜×D540㎜

BONANZA ENTERPRISES, LTD.

ボナンザ　エンタープライゼズ　リミテッド

〒231 横浜市中区新山下町3丁目7番地18 ボナンザ ビル　TEL045(623)5711～20

NEW MODEL 720-D

NEW MODEL 720-D/F37

ミニホッパー CAH-1

英国コインコントロールズ社と旭精工㈱が永年の技術と経験から作りあげた最も小型で確実な機構に最大の収納容量をもつミニホッパー

〈仕様〉

■最大収納数：100円硬貨の場合………1500枚
　10円硬貨の場合…………1300枚
　25セントサイズメダル…1200枚
■硬貨払い出し：1分間(50Hz)………… 220枚
　(60Hz)………… 280枚
■カウントミリット：マイクロスイッチ付
■モーター：定格1時間（ファン付）

50Hz	100V	90W
60Hz	100V	100W
50Hz	24V	44W
60Hz	24V	48W

サーマルプロテクター内蔵瞬間停止装置及び冷却ファン付
■使用可能径：17.5φ ～27.0φ

不良貨問題を一挙に解決
(改良五円玉、擬似硬貨)

コインセレクターによるロケーション管理!!

○従来のセレクターとの取替えは簡単にできます
○数量の多少にかかわらず

ご一報下されればお送りします

●720－D ●720－D/F37の特徴

1.フロントタイプ　100円用、50円用セレクターの完成品
2.従来のセレクターをしのぐ選別精度
3.フロントプレートはステンレス製により堅牢
4.本体は亜鉛ダイガスト製により耐久性抜群
5.コインを材質、直径、厚さにて選別
6.あらゆる不正使用に対する防御が装備
7.ブロッカーAC－100V、DC－12V、DC－24V、その他が取付可能
8.テーブルTVタイプなど小容積のゲーム機および自販機に最適でコンパクトなセレクターの完成品

謹　告

毎度弊社製品を御愛顧賜わり誠にありがとうございます。当社の製品は、その全機種にわたり全体および各部の機構につき、特許、実用新案、意匠等を申請しており、その一部は、既に登録および公開され、工業所有権によって保護されております。
当社のミニホッパーCAH-1は特開昭51-119293～119296号および実開昭52-93592号、53-123993号ならびに55-53272号により出願公開された発明考案に係り、登録実用新案第1293583号(実公昭53-51759号)によって保護されているものであり、これと同じ構造のコピー品を正当な権利もなしに製造販売し、または、購入使用した者に対しては、上記出願に係る発明考案が出願公告された際に法に基づく補償金を請求し、また法に基づき使用を差し止められることにもなりますのでかかるコピー品の購入使用をなさらぬよう警告致します。

昭和55年6月

代表取締役　安部　寛

信頼と技術のふれあい

Asahi SEIKO CO., LTD. 旭精工株式会社

本社／東京都台東区竜泉3-7-3　phone 03(876)3405

●詳細は本社宛にカタログをご請求下さい。

新しさを求め伝統を重んじる！

国盗り合戦

全国制覇にチャレンジ!!　絵柄と数字の組合せで、目的地まで行きつくというゲームをプラスした新ゲーム

レジャック製

ミサイル・コマンド

激烈なミサイル攻防戦を展開する画期的なTVゲーム機。次々と向ってくる敵のマルチ・ミサイル、地上の都市防衛ミサイルで迎撃。

セガ社製

スペース・インベーダー

あの「インベーダー」がフリッパーで登場!!　目を見張るバックガラス、高度なインベーダーゲームを模したプレイフィールドに人気

バリー社製

ヒット商品をお手元に

本　社／東京都墨田区吾妻橋2-1-13　〒130 ☎(03)624-3101㈹
名古屋営業所／名古屋市中村区下笹島町11-2 住友生命名古屋ビル11F　〒450 ☎052-583-0891～2

SPACE FIREBIRD

新発売 スペースファイアバード

★宇宙の果てからきらめく小惑星がズームアップ！
強烈な光を発しながら火の鳥に変身します。
★火の鳥が編制を組み我が宇宙船にループ攻撃する迫力は抜群！
★宇宙船は時に危機一髪の脱出をはかり、火の鳥の攻撃を交します。
★神秘的な大宇宙空間にこだまする我が宇宙船と火の鳥の大宇宙戦争の結末はいかに。

攻撃しながら迫ってくるならず者を撃ち倒し、
レディを救い出すアクションゲーム！

SHERIFF シェリフ

歯が崩れ、顔面が変わり、帽子が消える
コミカルなかわいいゲーム！

モンキーマジック Monkey Magic

任天堂レジャーシステム

本　　社 〒101 東京都千代田区神田須田町1-22 TEL 03(254)1647
関西支社 〒542 大阪市南区長堀橋筋1丁目32 TEL 06(245)4155
京都営業所 〒605 京都市東山区福稲上高松町60 TEL 075(541)6111
名古屋営業所 〒451 名古屋市西区藪下町29番地 TEL 052(561)1685
岡山営業所 〒700 岡山市奉還町4丁目4番11号 TEL 0862(52)1821

新製品

爆発的人気!! コンピューター星占い。

"注目の音声合声システム" ASTORO SCOPES

卓上型占星術機『アストロスコープ』

協力、アレクサンドリア木星王

☆占星術の由来☆

数千年前、古代バビロニアで生まれ、ギリシア、ローマ時代を経て完成された西洋占星術が、いま米国の知識人の間で急速に見直されブームを呼んでいる。長い間の経験法則とデータから宇宙での天体の運行と地球との生命、人間社会の行動との間に関連があると考えられ現に占星術ブームの中心である。ニューヨークでは、工学研究者らの手によって過去数百年の惑星位置と生命、人間社会の相関関係が調べられ「占星術によって73パーセントの確率で予測できる」という研究結果まで出されています。

木星王先生と私共スタッフは過去数年間にわたって、コンピューターによる占星術のシステムを研究してきました。『アストロスコープ』には、すべての惑星軌道計算の数式をインプットし、そこから導き出される占いの結果を音声合声方式により、あなたの運命を占うものであります。この『アストロスコープ』は正に占いの一大集成であると申せます。

ASTORO SCOPES アストロスコープ

特長

◎男・女、生年月日、キースイッチを登録するだけです
◎貴方の運勢をコンピューターがズバリ占います
◎運勢、希望、愛情、金運、交渉、健康、ラッキーナンバー
　ラッキーカラー、職業、旅行、etc………
◎60秒間おしゃべりします

使い方

(一)はじめに、投入口に100円を投入してください。
(二)つぎに、男性、女性、男性は男ボタン、女性は女ボタンを押します。
(三)つぎに西暦□□□□年と押します。
(四)つぎに□□月と押します。
(五)つぎに□□日と押します、そしてスタートボタンを押して下さい。

注意

上記セットを間違えて押した場合はⓒボタンを押すと、キャンセルになります。もう一度セットして下さい。

仕様

寸法：W220mm×D310mm×H210mm　重量：3kg
定格電圧：AC100V　定格消費電力：10W　定格周電波：50/60Hz
条件確認：音声で確認　条件セット：男女、生年月日16ケタキー
誤認セット：ⓒキー・クリヤー　音声合声：登録語数50音
スピード：1分間500語数

本体のみ	定価	120,000円
オプション	取付台	15,000円
コンピューターテープ A・B各		10,000円

実用新案登録出願中
意匠登録　出願中

●お問い合せ・ご注文は…………………

株式会社カワクス
〒577 東大阪市川俣2丁目34番地 ☎06〈787〉1881(代)

製造元 OBIC CO.,LTD.

連続ＳＦ──82

希望(のぞみ)の島
─宇宙同時革命の結果─

有田佐市

歴史（J）

明らかに一定の方向へ螺旋状に錐揉みのようにして強い力で引っ張られながら、宇宙新世紀人エプシロンは、あれもよくない予兆のひとつであったとおもっているその瞬間エプシロンの脳裏を過った映像があった。

わが町

今日もまた
誰かが鳩に火をつけた
公団住宅の屋上から
ポスターの主役のよう
に飛び上り
一瞬宙空に貼りついた
その嫌悪の対象は
まだ多くは眠っている
人々の
目蓋の裏の火種をかき
たてるようにして
できるかぎり多くの窓
にぶつかりながら
決して悲鳴を洩らさず
に
墜落していくのである
この町の朝の挨拶が焦
げ臭いのは
そのせいだと
果物屋の女は林檎を磨
きにかかり
ぼく病気なんだよと
いつも嬉しそうに話し
かけてくる
巨大な鉢頭の小学生も
憎まれていることの快
感のなかで
一滴の血も散らさずに
歯を磨く
その頃に
サンドイッチから絞り
出されたマヨネーズの
ようにまず
ベッドから這い出して
くるのは
わが家の場合には赤ん
坊なのであって
そのべとべとの必死の
指が
焼け鳩の擦過した窓ガ
ラスの炭の羽根を
孤独の側からさわろう
とするとき
はじめて悲鳴は起きる
のであり
裂けよ　林檎
裂けよ　鉢頭
炭粉の混った丸い充実
感のなかで
そうしろといわれてい
るから
そうしているという気
質の
私たち夫婦も目覚める
のであるが
この時刻の往来はすで
に
顔色を失った通勤人た
ちが駅へと群れている
せいか
ポケットのなかで干上
っていく定期券と
胃のなかで冷えていく
コーヒーの気配とで
少なくとも焼け落ちた
鳩の話題だけは
ふさわしくない場所に
なっているのだった
実際あらゆる話題は
地面に近いところから
冷えていき
地面から遠いところで
は
いつまでもくすぶって
いる
墜落する鳩の火だるま
の沈黙も
そのことに対する最後
の抗議なのだよ

………………
──清水哲男──
………………

そうだ、人人が、ヒッチコックの映画で無邪気にナイーヴに〝鳥〟をたのしんでいる頃には罪がなかったのだ。破局のひとつは土鳩の異常な繁殖からもはじまっていたのだ。

曖昧模糊な状態

ひょっとしたら、土鳩は田中丸栄に殉じ、破滅へ向って一挙にその数を幾何級数的に増殖さしていったかもしれない。

田中丸栄ほど右からも左からも叩かれ続けた政治家は珍しかった。

右にとっても左にとってもこの人の存在は都合が悪かったようだ。

収賄罪というのが一応表面的な理由になってはいたのだが、献金と収賄の区別など、もともとヤポンの法律では決りはしていなかった。これは憲法にはじまって法律、政令、府令、省令、規則、条例のどれをとっても同じことであった。ここヤポン国では、法については出来るだけ曖昧模糊な状態にしておいて、ケース・バイ・ケース、その時その時において力が強い方にとって有利なように屁理屈をつけるのが格好をつけて法解釈とかとよばれているのに過ぎなかった。常にその根底において基調音を響かせていたのはニヒリズムであった。憲法がもっともそのニヒリズムを代表している存在であった。

田中丸栄はニヒリズムの天才であった。幼少の頃からそういうことは軽く見通していた。佐藤貧作なんかでも指揮権発動で切り抜けてきたのだ、まして、首相までつとめた俺が、また機会をみて首相にカムバックしなければならない俺にどんな型にせよ強権が発動される筈はないと強く確信していた。

「馬鹿なことをぬかすな」

やがて長く熱い日がはじまろうとする前夜、丑三つ時、丸栄は秘書に爆弾を落していた。

「でも、セェンシェ、小平が電話でそう連絡してきています」

「小平を呼びつけよ」

「それは出来ないでしょう、なんぼ、なんでも、世間体というものがあります」

「本気で俺を逮捕するというのか、俺に縄をかけるとぬかすのか」

「はい」

「小平は逮捕されぬのか」

「はい、小平の事件は時効になっております」

「貧田猛夫はどうだ、あいつは俺の何倍も猛猛しく収賄してるだろうがテキは東大出だ。俺などはアイツの目の行き届かない三流企業しか相手にしておらぬ、貧田をまず逮捕させるように二木に至急連絡をとれ」

「シェンシェ、実を申しますと、シェンシェの逮捕をいちばん強くしつこく主張したのが外ならぬ貧田猛夫です、まさか二木一人の一存ではこういうことは出来ますまいそれに貧田猛夫の事件も時効でございます」

「何を、どこまで卑劣な下司だ」

「そうだ、アカサネをまず逮捕させろ、アカサネが逮捕されている間に時間をかせいで緻密な対策を立てたらよいではないか」

「シェンシェ、法務大臣の稲木クンはアカサネ派ですぞ、それに、それに、アカサネの収賄も昨日で丁度時効になってしまいました」

「はかりおったな、うぬ」

一瞬、田中丸栄氏の脳裏を愛らしい土鳩が過った。

The World of Game　UNIVERSAL

今こそ、私の力を
思い知るがいい!!

マジカル スポット

新型キャビネット使用

▽95-1859
AC100V 140W
50/60Hz
552㎜(D)
842㎜(W)
650〜850㎜(H)

▽95-1859
AC 100V 140W
50/60Hz
550㎜(D)
800㎜(W)
600〜700㎜(H)

チーキーマウス

Cheeky Mouse

スーパー 5ライン

SUPER 5LINE

風俗営業許可認定機種

戦国の自衛隊

戦国の自衛隊

画面の大きさが
ゲームの迫力を
倍増させています

▽95-1703
AC100V 250W
50/60Hz
1200㎜(D)
660㎜(W)
885㎜(H)

▽95-1859
AC100V 140W
50/60Hz
550㎜(D)
800㎜(W)
600〜700㎜(H)

▽91-15978
AC100V 200W
50/60Hz
390㎜(D)
575㎜(W)
1095㎜(H)

ユニバーサル販売株式会社
本　社　〒103 東京都中央区日本橋堀留町1−7−7　☎(03) 661-0330(代)
大阪営業所　〒532 大阪市淀川区西中島6−7−8　大昭ビル　☎(06) 304-3955(代)
名古屋営業所　〒460 名古屋市中区錦1−8−1　☎(052)232-1167(代)
九州営業所　〒812 福岡市博多区比恵町1-18 東カン福岡第二ビル　☎(092)471-6188(代)
株式会社ユニバーサル
本　社　〒329-02 栃木県小山市粟宮1928　☎(0285)25-5521(代)

遊びの世界を広げる
UNIVERSAL
海外／ロサンゼルス・ロンドン・台湾